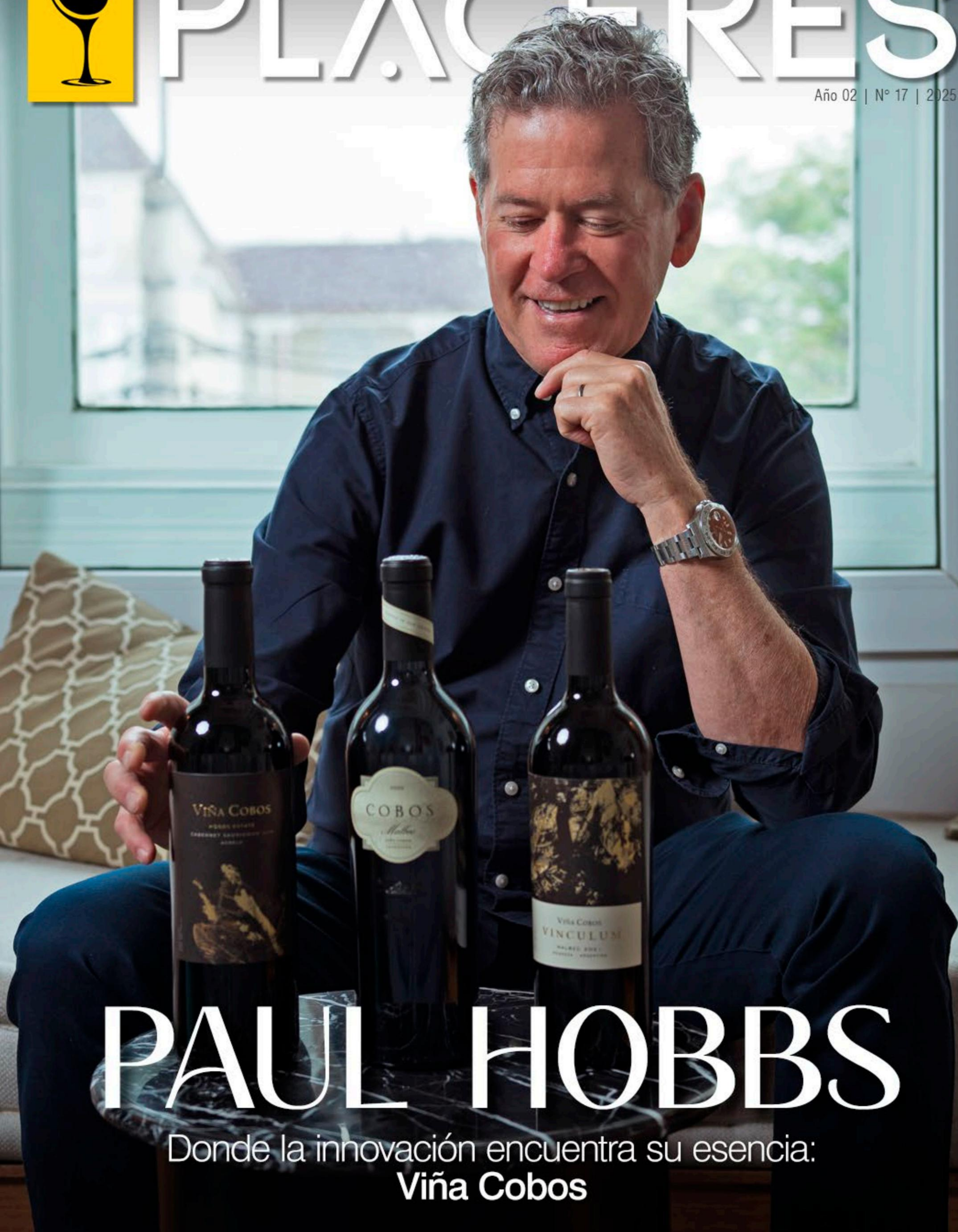




GOURMET

PLACERES

Año 02 | N° 17 | 2025



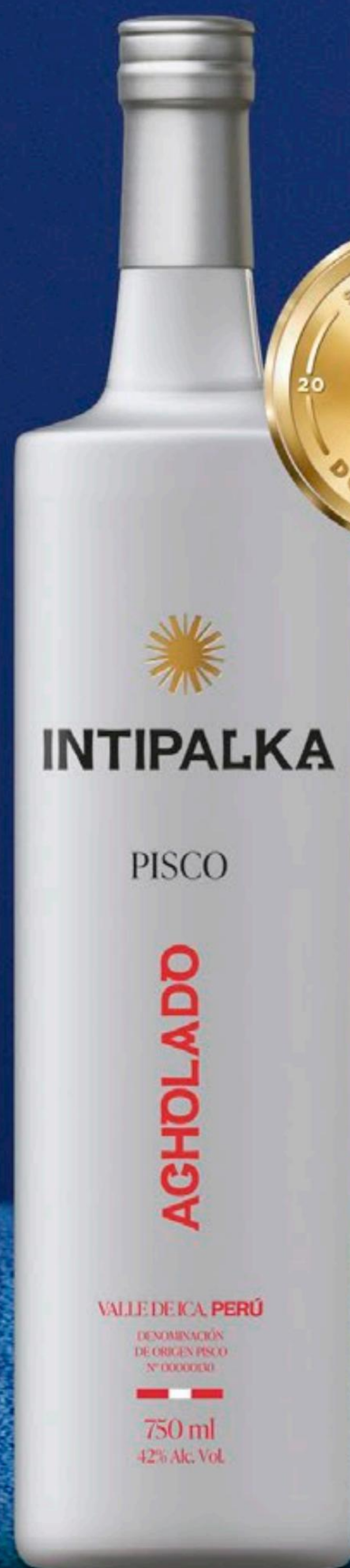
PAUL HOBBS

Donde la innovación encuentra su esencia:
Viña Cobos

INTIPALKA DEJA EN ALTO AL WORLD SPIRITS



98
PTS



96
PTS

T O M A R B E B I D A S A L C O H Ó L I

PERÚ EN EL SAN FRANCISCO COMPETITION



94
PTS



94
PTS

C A S E N E X C E S O E S D A Ñ I N O

El club de los 100 sudamericanos

En el dinámico mundo de la enología, el prestigio otorgado por el crítico de vinos Robert Parker, marca un hito significativo en la carrera de cualquier bodega. Alcanzar los codiciados 100 puntos Parker no solo es un símbolo de excelencia, sino también un testimonio del compromiso y la dedicación que enólogos y viticultores invierten en cada botella. En esta editorial, exploramos los vinos sudamericanos que han logrado esta notable distinción hasta 2025, destacando su origen, el talento detrás de cada etiqueta y otros premios que han recibido en el camino. El primer vino sudamericano en alcanzar los 100 puntos Parker fue el El Enemigo, un Malbec 2013, gestado por Alejandro Vigil en Mendoza, Argentina. Este tinto no solo conquistó a Parker con su complejidad y elegancia, sino que también fue galardonado con otros premios internacionales, consolidando la reputación de la bodega en el escenario global. La combinación de uvas seleccionadas de viñedos antiguos y una cuidadosa crianza en barricas de roble francés, brindó a este Malbec un carácter único y seductor.

En 2015, el Aguijón de la Roca, un Cabernet Sauvignon de la bodega chilena Viña Almaviva, se unió al exclusivo club de los 100 puntos Parker. Este vino, resultado de la colaboración entre la familia de viñateros franceses de Château Mouton Rothschild y la familia chilena Concha y Toro, fue elaborado por el enólogo Philippe Melka. Con su estructura firme y sus matices de frutas negras, especias y un toque de mineralidad, Aguijón de la Roca también obtuvo la medalla de oro en el Concours Mondial de Bruxelles, reafirmando su calidad en el competitivo mercado del vino. Un año después, en 2016, fue el turno de Señá, el emblemático vino de Viña Señá, que logró alcanzar los 100 puntos Parker. Este ensamblaje de Cabernet Sauvignon, Carmenere, Merlot y Petit Verdot, creado por el enólogo Francisco Baettig, se ha convertido en un ícono del Valle de Aconcagua. Señá no solo ha sido reconocido por su equilibrio y complejidad, sino que también ha conseguido varios premios internacionales, incluida una medalla de oro en el International Wine Challenge. La fusión de tradición y modernidad en la viticultura chilena se refleja en cada sorbo de este singular vino.

El 2018 marcó un hito adicional para la enología sudamericana con el Chadwick, un Cabernet Sauvignon de Viña Errázuriz, que también alcanzó los 100 puntos Parker. Este vino, elaborado por el enólogo Francisco Baettig, ha sido elogiado por su profundidad, estructura y su capacidad de envejecimiento.

La bodega, situada en el Valle de Aconcagua, ha cosechado numerosos premios a lo largo de los años, consolidando su lugar entre las grandes casas de vino del mundo. En 2020, el Don Melchor, un Cabernet Sauvignon de Viña Concha y Toro, volvió a poner a Chile en el mapa, al obtener 100 puntos Parker por su cosecha de 2017. Bajo la dirección del enólogo Enrique Tirado, este vino ha sido un referente en la industria, conocido por su elegancia y complejidad. Además de su puntaje perfecto, Don Melchor ha recibido múltiples galardones, incluyendo premios en el Decanter World Wine Awards, lo que refuerza su estatus como un vino de clase mundial.

En 2021, el vino Almaviva de Viña Almaviva, también logró 100 puntos Parker por su cosecha de 2018. Este vino, resultado de la misma colaboración entre Château Mouton Rothschild y Concha y Toro, destaca por su frescura, elegancia y complejidad, y ha sido premiado en múltiples certámenes internacionales, solidificando su lugar en la élite de los vinos chilenos. Finalmente, en 2023, el Clos Apalta de Viña Montes alcanzó los 100 puntos Parker por su cosecha de 2019. Este vino, elaborado por el enólogo Aurelio Montes, es un ensamblaje de Cabernet Sauvignon, Carmenere y Merlot que ha sido aclamado por su expresión pura del terroir y su sofisticación. Clos Apalta ha cosechado numerosos premios a lo largo de los años, reafirmando su estatus como uno de los grandes vinos de Sudamérica. Estos logros no solo destacan la calidad excepcional de los vinos sudamericanos, sino que también subrayan el creciente reconocimiento de la región en el ámbito vitivinícola global. Las bodegas que han alcanzado los 100 puntos Parker han demostrado que, con pasión, dedicación y un respeto profundo por el terroir, Sudamérica puede competir con los mejores del mundo. A medida que miramos hacia el futuro, es emocionante imaginar qué nuevas joyas enológicas emergen de esta rica y diversa tierra. La historia de los vinos sudamericanos es, sin duda, una que continuará escribiéndose con cada cosecha.

John Santa Cruz Manco
Director



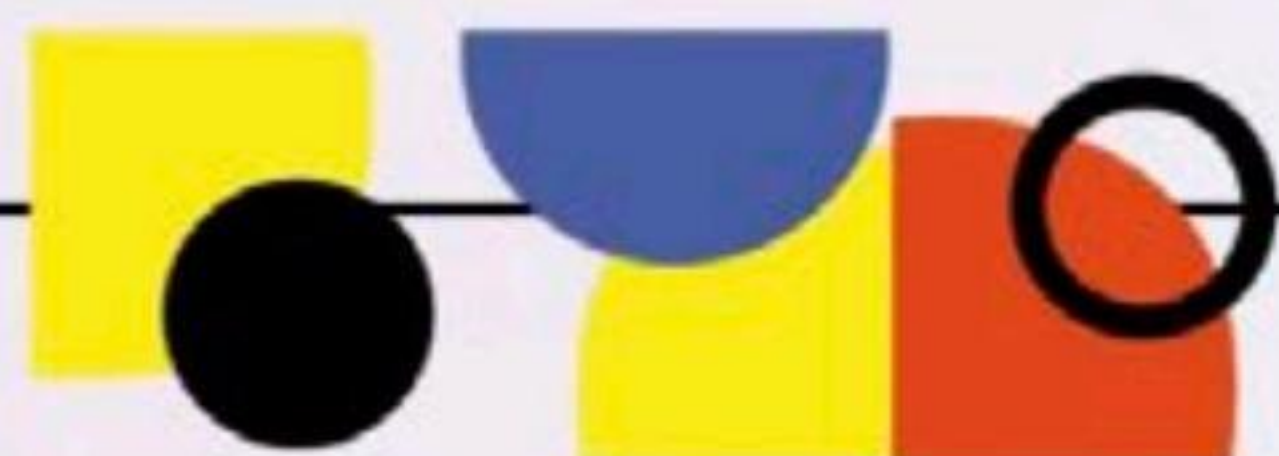


ALMA NEGRA

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

CONTENIDO





**PRE VENTA
HABILITADA**

**25-31
AGOSTO**

**SE VIENE
LA FIESTA**

CLASE MAESTRA



EDICIÓN | PERÚ

**CHARLAS / TOUR DE BODEGAS / NETWORKING
/ GUEST BARTENDING / FIESTAS / CATAS
PRIVADAS / TALLERES / TOUR DE BARES**

**COMPRA TU ENTRADA EN EL LINK DEL
PERFIL DE INSTAGRAM**



SORTEO DESTINO DE EXPERTOS

EXPERIENCIA MARIDAJE

COMPRANDO DESDE \$/59.90 EN
OTTO KUNZ Y/O VINOS SOMBRERO, PARTICIPA POR UNO DE LOS
5 VIAJES DOBLES
A MENDOZA - ARGENTINA

PASIÓN DE EXPERTOS

**Otto
Kunz**



HUENTALA WINES
GUALTALLARY - VALLE DE UCO
MENDOZA - ARGENTINA

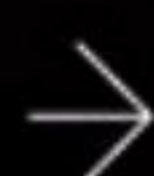
VIGENCIA: DEL 27 DE JUNIO AL 24 DE AGOSTO DEL 2025 | FECHA DE SORTEO: 27 DE AGOSTO DEL 2025

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO PARA LA SALUD

**SIGUE ESTOS
PASOS**

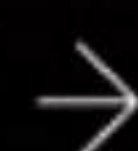


COMPRA EN WONG,
METRO, PLAZA VEA,
VIVANDA O TOTTUS



BOLETA

TOMA UNA FOTO DE TU
COMPROBANTE PARA PARTICIPAR

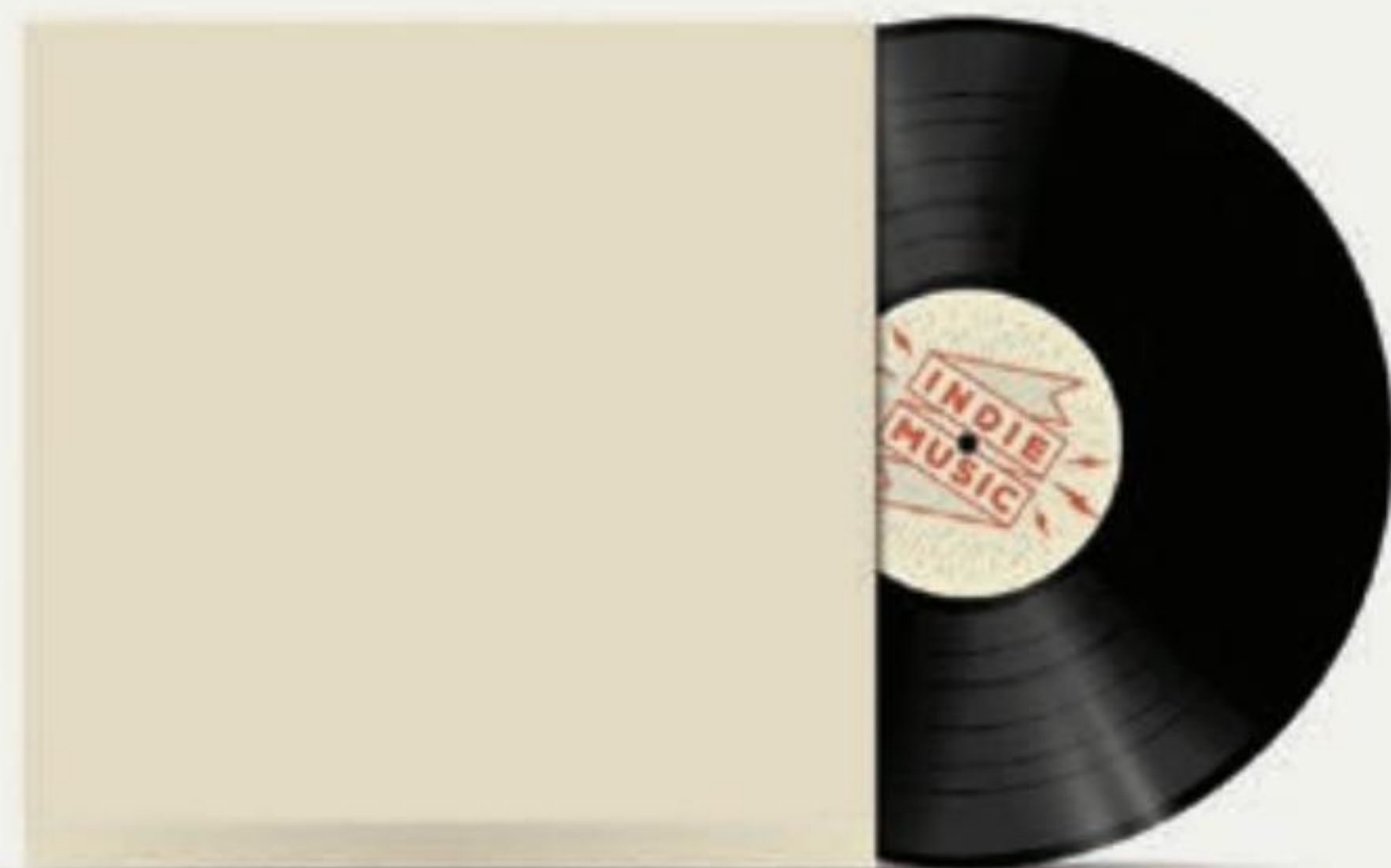


WHATSAPP

ENVÍALA AL 973 478 844
Y COMPLETA EL REGISTRO



LA MATERIA



NO SE CREA NI SE DESTRUYE



SOLO SE TRANSFORMA



RE CICLAMOS
UTILIZAMOS

Relojes hechos con discos de vinilo. Descubre estos y más productos originales ingresando a:

www.dientedeleon.pe



STAFF

Director General

John Santa Cruz Manco

Editora General

Valeria Isabel Burga Bobadilla

Editora Web

Fabiana Deekes Ibárburu

Diseñador Gráfico

Gustavo Panta Vera

Redactores

Diana Montilla
Valeria Carrasco
Tracy Montes
Samuel Hurtado
Sara Rios

Producción

Joaquín Cruzado
Pilar Lopez
Juan Paul Manco
Jean Perez Centeno
Claudia Aguilar
Jacqueline Torres

Fotografía

Jaime Cuellar
Cristhian Cisneros
Daniel Yong

Webmaster

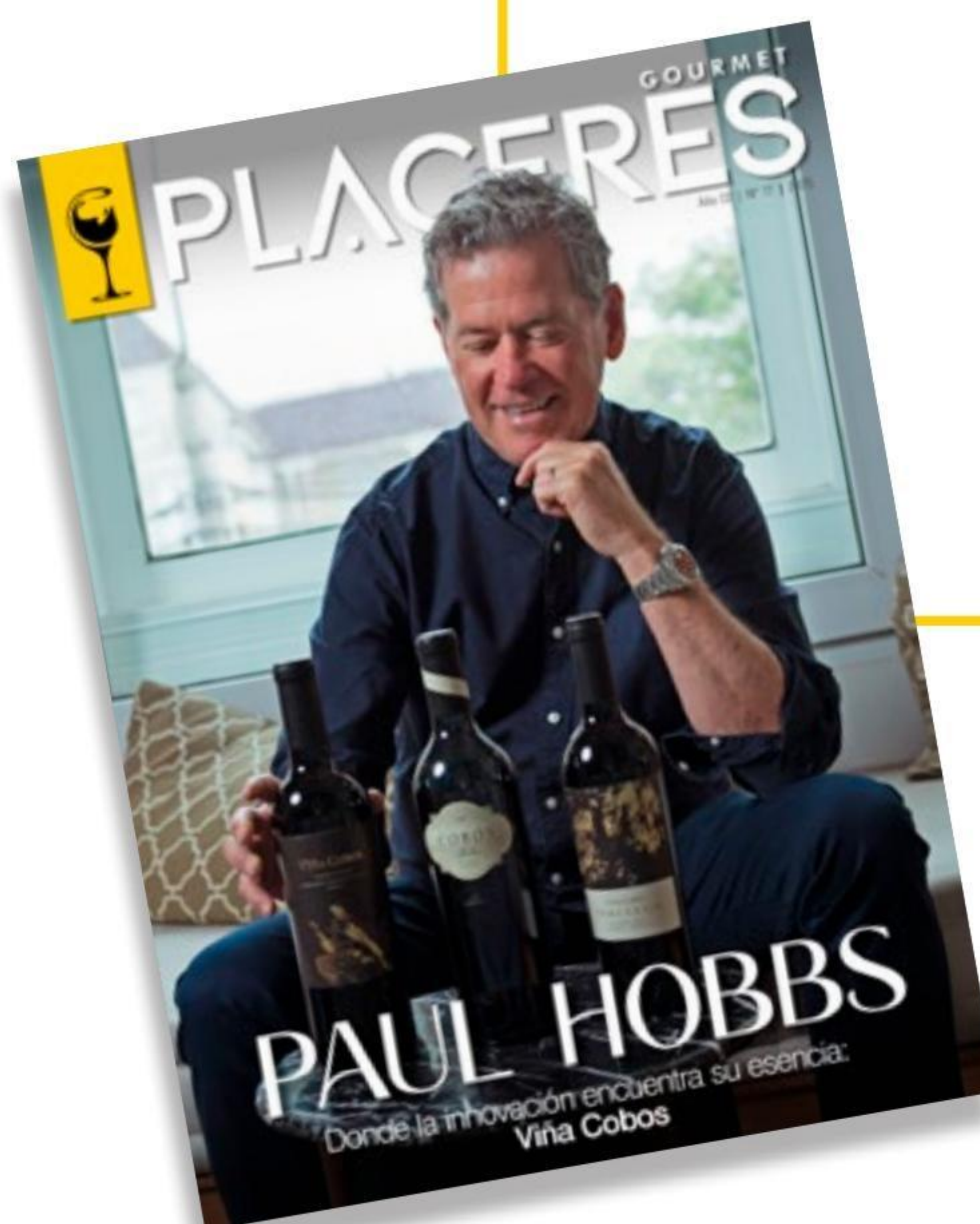
Erick Cajas

Community Management

Samira Ode
Valeria Infante

Columnistas

Rosa Bonilla
Juan Diego Romero
María Elena Cárdenas
Silvia de Tomás
Soledad Marroquín
Livio Pastorino
Jasmine Rincón
Juan Pablo Robles





EL ENEMIGO

MENDOZA, ARGENTINA

NUEVOS SINGLE VINEYARD BONARDA



@elenemigowines

@alevigilmalbec

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



20 AÑOS JUNTOS

Después de años de espera y especulaciones, Super Junior ha confirmado su regreso a Perú con un concierto programado para el jueves 16 de octubre de 2025 en el Estadio San Marcos. Esta presentación forma parte de su tour global Super Show 10, en celebración de los 20 años desde su debut. La gira, que ya ha emocionado a fans en otras partes del mundo, busca rendir homenaje a la historia musical del grupo, que desde 2005 ha sido una de las bandas más influyentes del K-pop. Con temas que marcaron época como Sorry, Sorry, Bonamana y Mr. Simple, el grupo planea ofrecer un show que combine nostalgia, energía y una puesta en escena de alto nivel.

ALTA COCTELERÍA

Selva Oaxaca, uno de los mejores bares de México y actual número 29 en el ranking North America's 50 Best Bars, cautivó a los amantes de la coctelería en Lima con dos noches memorables el pasado 10 y 11 de julio. La visita del aclamado bar mexicano — reconocido por su trabajo con mezcal, tequila e ingredientes de proximidad— marcó un nuevo hito en la escena coctelera limeña. La experiencia fue liderada por Alexandra Purcaru, barwoman creativa de Selva, quien trajo consigo la esencia oaxaqueña en cada cóctel, fusionando destilados emblemáticos de México con insumos locales peruanos en una propuesta única e irrepetible.



DESTINO CLAVE

El Perú vuelve a brillar en el escenario del turismo de lujo internacional. Cinco hoteles operados por Belmond en el país han sido incluidos en el prestigioso ranking «Top 1000 Hotels 2025» de La Liste, una de las clasificaciones más respetadas del sector hotelero global. La propiedad mejor puntuada en Perú es Monasterio, A Belmond Hotel, Cusco, que obtuvo una calificación destacada de 97.5%. Ubicado en un monasterio del siglo XVI, este hotel ofrece una experiencia única entre claustros coloniales, frescos originales y servicio de primer nivel, todo en el corazón de la ciudad imperial.

LIDERAZGO SOBRE RUEDAS

Potencia, tecnología y adrenalina marcaron el cierre del ciclo de lanzamientos del nuevo Volkswagen Amarok V6 en Perú. Con una experiencia exclusiva realizada en Ronex Park (Lurín), la marca alemana reunió a clientes potenciales, prensa especializada y pilotos profesionales para demostrar en pista real el rendimiento y la versatilidad de su renovada pick-up. El circuito automovilístico Ronex Park fue el escenario ideal para que los asistentes pusieran a prueba la capacidad todoterreno del nuevo Amarok V6, así como para vivir de cerca una demostración de manejo de alto nivel, liderada por los pilotos del Volkswagen Rally Team.



B O D E G A
MAR & TIERRA
by LAMARTRADE

Descubre nuestras tiendas Mar & Tierra.
En Miraflores y San Isidro.
Atendidas por especialistas, rodeadas de vinos
de alta gama y terrazas pensadas para tus
mejores momentos.

San Isidro
Avenida Dos de Mayo 1470



Miraflores
Avenida Mariscal La Mar 394



Experiencia





FUSIÓN QUE CAUTIVA

El reconocido restaurante Ozu, especialista en cocina asiática contemporánea con sello peruano, lanza su nueva carta 2025, una invitación a descubrir los sabores de Tailandia fusionados con ingredientes y técnicas peruanas. Con platos que combinan lo mejor del sudeste asiático con la identidad local, la propuesta busca conquistar a comensales exigentes que valoran la innovación y la autenticidad. Ozu continúa ofreciendo clásicos de la cocina nikkei, china e india, sumando variedad y riqueza cultural a su propuesta.



EXCLUSIVIDAD GARANTIZADA

En el marco del lanzamiento de su nuevo álbum Tropicoqueta, Karol G, una de las artistas más influyentes de la música latina, se une a Airbnb para ofrecer una experiencia única en su ciudad natal. La superestrella colombiana ha curado personalmente una noche que reúne su esencia, raíces, música, comida y estilo de vida en un evento exclusivo para 24 personas. La experiencia, titulada «Siente la vibra Tropicoqueta con Karol G», se llevará a cabo el próximo martes 29 de julio en un rooftop de Medellín, transformado en un oasis tropical. Las inscripciones estarán abiertas del 30 de junio al 5 de julio a través de airbnb.com/karolg, y la selección no tendrá costo.



COLECCIÓN CÁPSULA

La moda masculina se renueva con el estilo peruano. Ripley lanza la colección cápsula Marquis x José Clemente, una colaboración con el reconocido diseñador José Clemente, que redefine la sastrería contemporánea en clave urbana, con prendas versátiles, sofisticadas y pensadas para el hombre actual. Disponible desde julio en tiendas físicas, Ripley.com y Ripley App, esta colección de moda urbana para hombres en Perú se caracteriza por su diseño limpio, materiales nobles y cortes precisos. La paleta cromática —con tonos blanco, negro, gris, azul y beige— aporta sobriedad y sofisticación, ideal para transiciones entre lo casual y lo formal.



MY LITTLE SECRET

La elegancia peruana se hizo notar en uno de los eventos más esperados del universo del lujo. Janick Maceta y Mafer Neyra, destacadas figuras del entretenimiento y lifestyle, fueron las únicas representantes de Perú invitadas al exclusivo lanzamiento global de la nueva colección Aqua Terra 30 mm de la prestigiosa casa relojera suiza OMEGA. La experiencia tuvo lugar en el Institute of Contemporary Art (ICA) de Boston, un escenario vanguardista elegido por OMEGA para revelar su nueva campaña global 'My Little Secret'.

Importado y distribuido por
L.C. GROUP S.A.C.



Juvé & Camps

RESERVA DE LA FAMILIA ROSÉ

*Cava Gran Reserva
Brut Nature*

NUEVO INGRESO

SEDUCTOR,
ELEGANTE Y
TREMENDAMENTE
DISRUPTIVO

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



SABOR PERUANO

Popurrí Food Hall se convierte en el destino perfecto para disfrutar de Fiestas Patrias con sabor peruano, buena compañía y total flexibilidad. Ubicado en San Isidro, este innovador espacio gastronómico ofrece 14 propuestas culinarias en un solo lugar, ideal para reuniones grandes con amigos, familia o colegas. En una temporada donde abundan los encuentros y las celebraciones patrias, Popurrí apuesta por eliminar los obstáculos que suelen dificultar las reuniones en grupo. No importa cuántas personas se reúnan: no se exige pago anticipado ni condiciones rígidas para reservar. Esta ventaja lo convierte en una alternativa destacada frente a otros espacios gastronómicos más tradicionales. Los encuentras en Av. Las Begonias 487, San Isidro.

LÍNEA FEMENINA

La reconocida marca de moda española SCALPERS refuerza su presencia en Perú con la reapertura de su tienda en el Jockey Plaza, completamente ampliada y rediseñada. Este nuevo espacio no solo eleva la experiencia de compra, sino que también celebra la llegada oficial de SCALPERS Woman, su esperada línea femenina, que ya es un éxito en Europa. Con esta renovada apuesta, Lima se consolida como una ciudad estratégica para el crecimiento regional de la firma, que ya cuenta con presencia en Larcomar y ahora redobla su posicionamiento en el corazón comercial de Surco.



LOOM WORLD TOUR

Después de mucha expectativa, Imagine Dragons confirmó su primer concierto en Perú como parte de su gira mundial Loom World Tour 2025, promocionando su último álbum LOOM. El show se realizará el jueves 19 de octubre en el Estadio San Marcos, y ya está generando un verdadero revuelo entre los fans locales. La banda, liderada por Dan Reynolds, llega con un repertorio cargado de himnos generacionales como Believer, Radioactive, Thunder y Demons, pero también presentará lo nuevo de su disco LOOM, lanzado en junio de 2024.

EXPERIENCIA NOCTURNA

La magia de los años 80 vuelve con fuerza a la escena nocturna limeña gracias a 80's Restobar, una propuesta diseñada para quienes quieren revivir sus mejores recuerdos, al ritmo de vinilos, luces neón y éxitos musicales que marcaron una generación. Pensado especialmente para hombres y mujeres mayores de 45 años —pero abierto a todo amante de esta década dorada—, el local ofrece una combinación de coctelería temática, gastronomía peruana y música en vivo, ideal para celebrar, reconectar o simplemente dejarse llevar por la nostalgia. Visítalos en Av. Petit Thouars 212, Santa Beatriz.





LIENZO

RESTAURANTE & BAR





REGRESO EXPLOSIVO

BLACKPINK ha vuelto a encender la escena musical con el estreno de «Jump», su primer sencillo grupal tras casi tres años de silencio. La canción, lanzada oficialmente este viernes 11 de julio de 2025, ya está disponible en todas las plataformas digitales y en YouTube, donde el videoclip ha causado sensación entre los fans y la crítica. «Jump» se caracteriza por su mezcla de ritmos pegadizos y una coreografía explosiva, elementos que han llevado a los seguidores a describirla como «la canción del año» y «un boom total». El tema fue presentado en vivo por primera vez durante el concierto inaugural de su gira mundial en Goyang, Corea del Sur, el pasado 05 de julio, y desde entonces ha generado una ola de entusiasmo en redes sociales.

ENCENDER LOS SENTIDOS

Flor de Caña, reconocido internacionalmente como el ron más sostenible del mundo, lanza en Perú su nueva campaña «Hecho para encender los sentidos», en colaboración con el chef Renzo Garibaldi, maestro del fuego y referente de la alta cocina. Esta alianza celebra 135 años de tradición, pasión y legado, a través de experiencias gastronómicas que combinan lo mejor del ron premium con los rituales de la parrilla. Con su aroma profundo, sabor refinado y proceso artesanal, Flor de Caña es más que una bebida: es un legado líquido que se disfruta con los cinco sentidos.



THE IRRATIONAL 2

Universal+ anuncia el estreno, el 25 de julio en Latinoamérica, de la segunda temporada The Irrational, el drama criminal creado por Arika Mittman (Dexter) que se despidió con sus 18 nuevos episodios comandados con gran magnetismo por Jesse L. Martin. The Irrational pone la lupa en el trabajo de Alec Mercer, un profesor de psicología conductual que tiene un interés particular por la irracionalidad de los seres humanos, lo que lo conduce a mostrar cómo los sesgos inconscientes y los impulsos emocionales son de gran influencia en la toma de determinadas decisiones, incluso cuando dichas decisiones desafían el pensamiento racional.

PISCO CON PERSONALIDAD

La reconocida Bodega Murga, con más de una década de experiencia en la producción de piscos artesanales, presenta oficialmente su esperado Pisco Murga Acholado, una nueva propuesta que marca un hito en su línea tradicionalmente monovarietal. El nuevo Pisco Murga Acholado es una combinación excepcional en la que predomina la personalidad vibrante de la uva Italia, conocida por su carácter extrovertido, acompañada por la sobriedad y elegancia de variedades como Quebranta y Negra Criolla, que aportan cuerpo y matices finos al resultado final.



FREIXENET

CAVA



 @kahanlicores_oficial



Financiado por
la Unión Europea

TOMAR BEBIDAS ALCOHOLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

STEVE JOB DEL VINO

Paul Hobbs estuvo en Perú para difundir lo que hace en Viña Cobos, una de sus bodegas emblemáticas dentro de Mendoza, Argentina. Allí empezó su proyecto personal e impulsó el Malbec hasta convertirla en la variedad emblemática.



S





Paul Hobbs es, ante todo el mundo, un enólogo de renombre. Reconocido como el «Steve Jobs del Vino» y dos veces elegido como «Personalidad del Vino del Año». Ha construido un patrimonio en cinco países: Estados Unidos, Argentina, Armenia, Francia y España. Todo minuciosamente, explorando el terroir y las variedades. Es precursor de la uva Malbec en Argentina, donde se convirtió en una variedad emblemática. Allí también fundó Viña Cobos, una bodega que se encuentra entre las mejores del sector. En su paso por Perú conversamos sobre esta firma en particular, sin dejar de lado sus otros proyectos y expectativas a futuro.

Dado que comenzaste a incursionar en el mundo del vino en California (Estados Unidos), ¿qué te llevó a empezar tu propio proyecto en Argentina?

En realidad, quería empezar en Chile. En los 80s, era el país más emocionante del mundo, al menos según los americanos. Había leído y escuchado mucho sobre su clima, ideal para la viticultura. Fui a ver lo que estaba pasando, pero el destino me llevó a Argentina. Quedé impresionado por las tierras, aunque sabía que el clima no era el mejor para hacer vino. Conocí a Nicolás Catena y con él se me presentó una

oportunidad de trabajar juntos e iniciar mi proyecto.

¿Cómo fue trabajar con él? He leído que sugirió elaborar vinos de Chardonnay como prioridad.

Eso es cierto. Él quería Chardonnay. Me dijo que si los americanos creían que Argentina podía hacer buenos blancos, entonces también creerían que podíamos hacer tintos.

¿Qué te dirigió al Malbec?

Esto fue en contra de lo que pensaba Nicolás. No estaba interesado en cultivar Malbec y menos de hacer un vino. Todos en Argentina pensaban que era una variedad de poca calidad, así que empecé a trabajarlo por mi lado, con una cantidad mínima, cuando se pensaba que solo era vino para volumen. Esto ocurrió en Luján de Cuyo en 1992 y hoy es la más famosa de Argentina. Nadie lo hubiera imaginado, ni siquiera yo.

¿Por qué llamaste Viña Cobos a tu bodega?

Tiene que ver con mi trabajo en Catena Zapata. El primer vino Chardonnay que hice partió del fruto que generamos en Calle Cobos. Se volvió muy importante para mí. Cuando creamos Alamos Wines, una marca para lanzar Malbec a Estados Unidos, fue en honor a los árboles emble-





máticos de Mendoza. No me había dado cuenta que la persona responsable de traerlos a la provincia era Juan Francisco Cobos, un horticulturista español.

«

*Apostar por
un nuevo país
es un enorme
compromiso
de tiempo y
esfuerzo*

»

¿Cuál es el motivo por el que empezaste a ponerle foco a la Cabernet Sauvignon?

Siempre he estado enfocado en esta variedad, pero cuando fundé Viña Cobos lo hice pensando en estudiar la influencia de terroir en Malbec. El enfoque en Cabernet Sauvignon es más reciente, pues actualmente tenemos más recursos.

¿Consideras que otra zona en Argentina puede ser igual o mejor que Luján de Cuyo y Valle de Uco?

El corazón de la vitivinicultura es Mendoza. Claramente, hay muchas regiones interesantes. Ahora el objetivo es realizar un



refinamiento de Luján de Cuyo y Vale de Uco. No se trata de una nueva exploración.

Pasando a Armenia, donde también haces vino, ¿cómo decidiste iniciar un proyecto allí?

Warren Winiarski de Stag's Leap se estaba retirando y quería celebrar con todos los que le ayudaron a construir su negocio. Nos dio un pequeño vaso de semillas de grano provenientes de Armenia, una de las regiones más an-

tiguas del mundo para el vino. Luego conocí a los Yacoubian, quienes se interesaron por mi trabajo en Argentina. Fui con la idea de explorar. No pensé que podría surgir algo porque no es un lugar sencillo. Pasamos una semana explorando todo el país. Hoy tenemos tres vinos de Vayots Dzor, al sur de Armenia.

¿Es verdad que te interesa hacer vino en China?

Sé que están haciendo vino, pero

apostar por un nuevo país es un enorme compromiso de tiempo y esfuerzo. No he tomado una decisión al respecto.

¿Hay otros lugares que te gustaría explorar?

Estoy empezando un proyecto en Bulgaria.

¿Cómo te sientes con todo lo que has conseguido hasta ahora?

No pienso demasiado en eso. Disfruto del proceso.

La chica del vino y +

Por María Elena Cárdenas

*Sommelier WSET 3



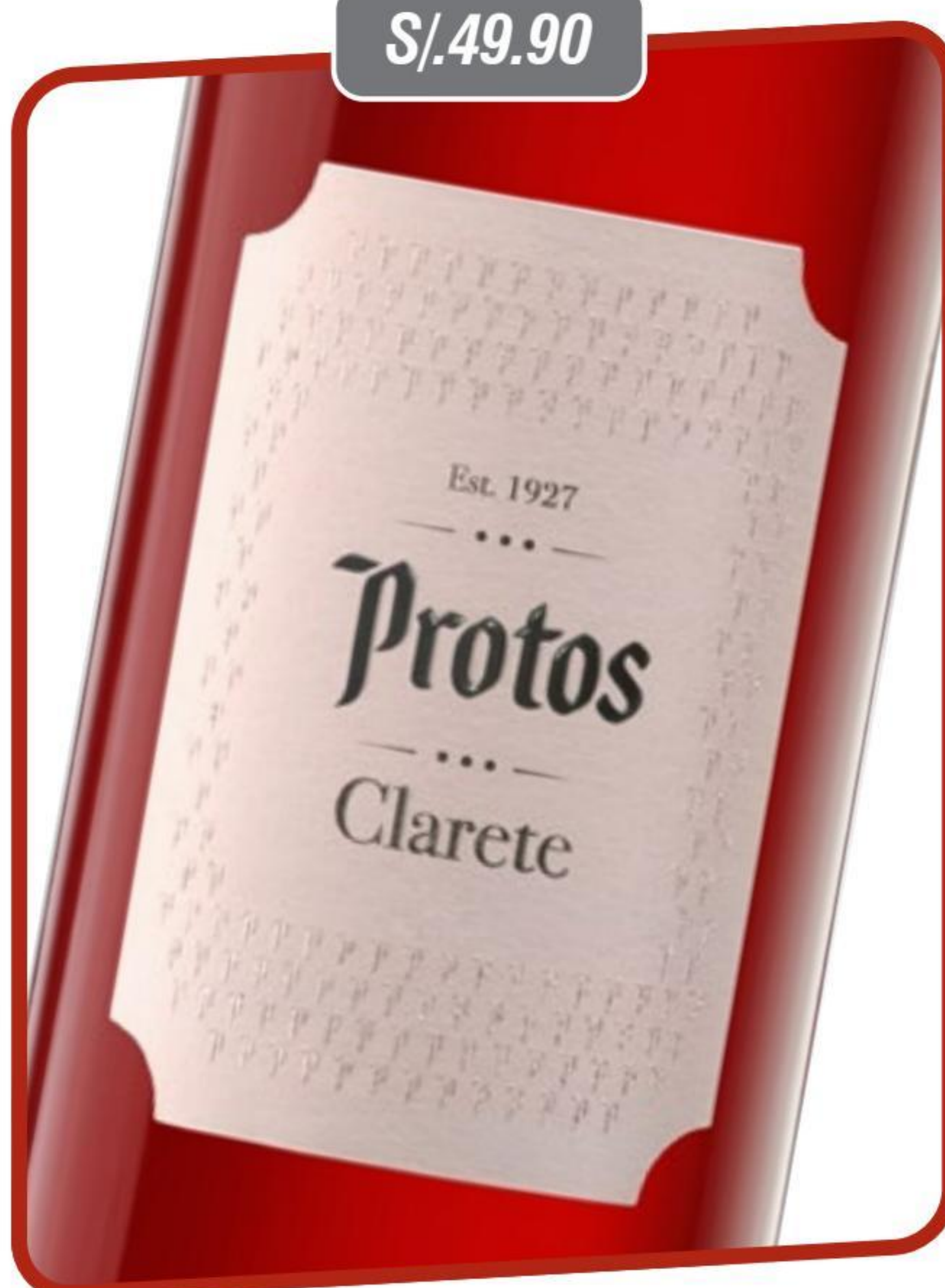
S/.59.69



HEREDEROS DEL MARQUÉS DEL RISCAL ARIENZO CRIANZA 2019

Arienzo 2019, de la bodega riojana Marqués de Riscal, es un tempranillo lleno de frescura y frutas. Un vino fácil de beber y disfrutar, que ofrece aromas de frutos rojos y otros que me recordaron a un manjar de coco además de notas de vainilla, producto de haber permanecido 17 meses en roble americano. En boca es un vino suave, con taninos redondos y un final largo y amable que lo hace ideal para tomarlo solo con una buena conversación de por medio, pero también podemos acompañarlo con un asado de carne con puré como lo hice yo. De venta en principales supermercados, licorerías y a través de www.perufarma.com.pe

S/.49.90



PROTOS CLARETE

Protos Clarete es una mezcla de 95% Tempranillo acompañado de Syrah y Merlot. Este blend es elaborado a partir de viñas viejas que brindan concentración de aromas, sabores y taninos que luego se verán reflejados en el vino. Tiene un color rosa intenso que nos hace pensar en un vino fresco, pero con carácter. Una nariz llena de frutos rojos ácidos como fresa y frambuesa, además de algunas notas florales. En boca es un vino intenso y con mucha frescura. Aproveché que habíamos pedido comida china en casa para descorcharlo, y acompañó muy bien la variedad de sabores y texturas que tienen este tipo de platos. Creo que podrían experimentar probarlo con un clásico pollo a la brasa y quedaría bastante bien. Lo pueden encontrar en www.perufarma.com.pe

S/.109.90



LA CURIOSA CABERNET SAUVIGNON

Desde sus altos valles bolivianos, la bodega Cruce del Zorro nos trae La Curiosa, un Cabernet Sauvignon elaborado en pequeñas partidas, y que refleja lo que la nueva generación de productores bolivianos quiere ofrecer: calidad, identidad y terroir. Tiene una nariz que destaca frutos negros frescos, como mora y ciruela, notas herbales y un toque especiado. En boca es jugoso y de buena acidez, con taninos presentes pero maduros y con un largo y complejo final. ¿Con qué maridar este vino? Con un seco de res bien jugoso y sé que quedaría bien con otros platos criollos intensos y especiados como una carapulcra ligeramente picante, e incluso con un adobo arequipeño que equilibra perfectamente con el carácter frutado y especiado del cabernet Sauvignon. Si tienen ganas de conocer más, pueden conseguirlo en www.laalcoholeria.com

Julio es un mes donde, literalmente, ya sentimos el frío invernal, pero eso no impide que podamos comernos un ceviche y acompañarlo con un albariño bien frío, o tomarnos un vino rosado que acompaña una variedad de platos. Y por supuesto, que este clima también nos invita a tomar unos tintos más intensos y por qué no, un aperitivo que, a pesar de llevar hielo, igual nos haga entrar en calor. Todas esas opciones las encuentras en la columna de este mes.

S/.84.90



CYAN ROBLE TINTA TORO

Toro, de donde salieron los vinos que Colón llevó durante sus viajes a América. Es tierra de vinos intensos, pero Cyan Roble nos muestra el lado más fresco y joven de este lugar. Hecho 100% con Tinta de Toro (que es como se llama aquí al tempranillo), este vino combina potencia y frescura, con una crianza de al menos 6 meses en barricas nuevas de roble francés. Lleno de cerezas, moras, arándanos, café y un toque de vainilla. En boca, es jugoso, expresivo y con taninos suaves y un final largo. Es un vino fácil de disfrutar, ideal para una carne a la parrilla o algún queso curado. Esta vez no elegí maridaje. Simplemente lo disfruté con una buena charla junto a mis amigas vineras.

S/.110.00



ALBARIÑO PONTE DA BOGA

Desde las empinadas laderas de Ribeira Sacra, me llegó el Albariño de la bodega Ponte da Boga, la más antigua del lugar, que nos regala una versión diferente de la que seguramente conocemos de esta uva. Con vides cultivadas en terrazas que desafían la gravedad donde hay que utilizar arneses para poder vendimiar algunas de las vidas, y conocida por esa razón como 'viticultura heroica', este vino refleja el carácter de su lugar de origen como mineralidad y frescura. Es un vino sumamente expresivo y que en nariz ofrece sobre todo notas cítricas de cáscara de lima, toronja amarilla y mandarina, además de flores blancas como azahar, así como marcadas notas que recuerdan al pan y un fondo mineral. En boca tiene muy buena acidez y una textura sedosa y untuosa, producto de su contacto en lías por algunos meses. Lo probé con un ceviche casero hecho de bonito y funcionó bastante bien. Si quieren probarlo, lo consiguen a través de www.tyronimportadora.com o al WhatsApp 994 271 531.

S/.99.00



VERMOUTH ROSSO PERUCCHI IL GIOVANE

El vermut siempre ha sido una bebida clásica en las reuniones de mi familia, por eso para mí es tan conocido y fácil de tomar, pero si estás empezando a explorar el mundo del vermut, Perucchi Rosso Il Giovane es una gran elección. Es la versión más fresca y accesible del clásico vermut, pero sin perder ese toque elegante y aromático que lo hace especial. Tiene una mezcla de hierbas, especias, cítricos y una ligera nota dulce que lo hace más agradable. En nariz se perciben notas de canela, naranja y caramelo; y en boca es suave, con ese amargor justo que refresca y deja ganas de otro sorbo. Me gusta tomar el vermut como aperitivo con hielo y una rodaja de naranja, o como base para otros cocktails clásicos. Me gusta mucho el negroni, aunque esta vez lo preparé en un sbagliato: 1/3 de Vermut Rosso Perucchi il Giovane, 1/3 de campari y complete con un espumoso. Delicioso y refrescante. Anímense a prepararlo. Pueden adquirirlo escribiendo al WhatsApp de Ibérica Gold +51933908899



Cosechando éxitos

Enrique Tirado celebra con nosotros las 35 cosechas de Don Melchor, vino ícono de Viña Concha y Toro, que con su cosecha 2021 fue elegido como el mejor del mundo por Wine Spectator.

Escribe: Valeria Burga / Fotos: Daniel Yong

Un enólogo para un vino, actualmente el mejor del mundo. Enrique Tirado es quien ejecuta esta labor con Don Melchor de Viña Concha y Toro, probablemente el grupo más importante de la vitivinicultura chilena. Don Melchor lleva 35 cosechas de historia en el mercado, y Enrique es quien ha posicionado su añada 2021 en la cima de los mejores vinos del mundo, tras ser reconocido como el N°1 por Wine Spectator.

¿Qué se siente ser el creador del mejor vino del mundo actualmente?

Felicidad y orgullo. Don Melchor habla de Chile, de su poten-





¿Por qué agregar pequeños porcentajes de Cabernet Franc y Merlot específicamente?

Buscamos aumentar e incrementar la expresión de la Cabernet Sauvignon.

¿Hay alguna razón por la que incluiste Petit Verdot en tu añada 2022 y no en el 2021?

Solo busco el mejor equilibrio.

¿Qué vamos a encontrar en el año 2023?

Es una sorpresa, pero lo que puedo adelantar es que será un gran vino.

¿Qué hace a Don Melchor 2021 el mejor vino? ¿Cuáles son los

cial para hacer grandes vinos. Hay un excelente equipo detrás de este logro.

¿Por qué decidiste apostar en este proyecto?

Cuando probé Don Melchor lo puse en primer lugar. Sentía que había algo especial en cada copa. Expresión, textura, sabores. Eso me atrajo.

¿Cuál fue el objetivo de escoger

las siete parcelas con las que elaboran este vino?

Don Melchor es la máxima expresión de la Cabernet Sauvignon. Para llegar a un vino complejo con distintos aromas, sabores y texturas debemos potenciar el concepto de parcelas. Nuestra misión es respetarlas, rescatarlas y sacar su más pura expresión. No tratamos de que sean iguales porque hay un poco de todo.



factores que lo diferencian de otras añadas?

El 2021 produce una emoción especial. Hay mucha precisión de sabores, definición, elegancia. Eso es lo que hace a Don Melchor tan relevante en el mercado.

Hablando particularmente de Puente Alto como Denominación de Origen, ¿cuáles son las características del terroir?

Tiene un suelo complejo: pedregoso, pobre, aluvial. Se compone de diversos elementos como arcilla, limo, arena y carbonatos. Esta complejidad nos permite hacer vinos complejos. El clima está dominado por la Cordillera de los Andes. Entonces, refresca



las tardes y las noches. Esa frescura nocturna nos ayuda a preservar sabores, aromas, color y expresión.

¿Cuál es tu añada favorita hasta el momento?

Todas han impuesto lo máximo para sacar lo mejor de Don Melchor. No puedo negar que con la de 2021 he recibido las mayores alegrías en términos de reconocimientos y expresiones del con-

sumidor.

¿A qué le apuntas ahora?

A seguir trabajando para elaborar, cada año, el mejor vino del mundo.

¿Cuál consideras que será la añada que te hará llegar a lo más alto nuevamente?

Espero que la de 2023. Es como la de 2021, pero en su máxima expresión.



CONQUISTANDO EL MUNDO

Un vino peruano ganó la Medalla de Oro en el Concurso Mundial de Bruselas 2025. Vittoria Gran Reserva se posiciona entre los mejores vinos del mundo.

Un vino peruano conquista uno de los escenarios más exigentes de la vitivinicultura internacional. Vittoria Gran Reserva, etiqueta emblemática de la marca Vittoria, ha sido galardonado con la Medalla de Oro en el Concurso Mundial de Bruselas 2025, posicionándose entre los vinos más destacados del certamen. Este logro marca un hito para el vino peruano, reafirmando su potencial y calidad frente a las grandes potencias del rubro.

Celebrado este año en Yinchuan, China, el Concurso Mundial de Bruselas reunió a más de 10,000

vinos de 50 países, evaluados por un jurado internacional compuesto por sommeliers, enólogos, compradores y periodistas especializados. En ese contexto, el Gran Reserva de Vittoria cautivó a los expertos con su complejidad aromática, equilibrio y expresión elegante.

Vittoria apuesta por una enología contemporánea con fuerte anclaje en el territorio. Su propuesta combina técnica, arte y una visión fresca del vino, dirigida a nuevas generaciones que valoran la calidad, la estética y la autenticidad. Forma parte del portafolio del Grupo Tabernero, una de las empresas vitiviníco-



las más importantes en Perú, con más de 125 años de trayectoria. Este reconocimiento internacional representa también el resultado del esfuerzo sostenido del grupo por elevar los estándares de la industria nacional y posicionar al vino peruano en lo más alto.

Vittoria Gran Reserva es el resultado de un proceso meticuloso. Elaborado a partir de uvas cuidadosamente seleccionadas en los valles de Ica y criado durante 18 meses en barricas de roble francés, este vino se distingue por su intensidad, estructura y persistencia. Presenta aromas de frutos negros, especias y notas tostadas, en un perfil sofisticado que refleja tanto el carácter del terroir peruano como la mano experta de su enólogo, Claudio Martín.



Desde su fundación, Vittoria ha buscado renovar la escena del vino peruano. Cada botella es una experiencia estética y sensorial que celebra la identidad peruana con mirada global. La Medalla de Oro obtenida en Bruselas consolida el camino de la marca, y abre puertas para su proyección internacional. Este reconocimiento demuestra que Perú tiene las condiciones, el talento y la visión necesarios para producir vinos capaces de competir en las grandes ligas.

El reconocimiento a Vittoria forma parte de un movimiento más amplio: el auge de bodegas pe-

ruanas que están apostando por vinos de alta gama, con inversión en tecnología, talento humano y exploración de microterroirs. Aunque tradicionalmente asociado al pisco, Perú empieza a hacerse un nombre en el mundo del vino, gracias a propuestas que combinan tradición, innovación y una identidad enológica emergente.

El Concurso Mundial de Bruselas —creado en 1994— es uno de los certámenes más importantes del circuito internacional. Su prestigio se basa en la rigurosidad de su sistema de cata a ciegas y su carácter itinerante, lo que permite resaltar la diversidad del vino global. Para una etiqueta peruana obtener Oro en este contexto es una declaración de capacidad, visión y calidad. Con la mirada puesta en nuevos mercados, Vittoria proyecta consolidar su presencia en el exterior, al mismo tiempo que sigue cultivando una comunidad local apasionada por el vino. La marca se prepara para lanzar nuevas añadas, expandir su portafolio y seguir generando experiencias que conecten a las personas con el placer de beber bien.

«El vino es cultura, es territorio, es emoción. Esta medalla es un impulso para seguir construyendo ese camino. Queremos que el mundo descubra el vino peruano, pero sobre todo, que el Perú lo celebre con orgullo», concluye el equipo de Vittoria.



Sommelier e importador: ¿evolución o conflicto de intereses?

Por Soledad Marroquín*

Cada vez se ven más casos de sommeliers de servicio que deciden abrir su propia empresa para la importación, un paso importante en el desarrollo de su profesión. Esto puede ser visto de una manera positiva, pues es un derecho en una carrera que está en permanente evolución; aunque también surge la pregunta, muy pertinente por cierto: ¿es posible realizar ambos roles sin generar conflicto de intereses?

En el mercado del vino en nuestro país se observa el ingreso constante y contundente de vinos importados, algunas veces se siente como una avalancha y el comentario 'hay demasiado vino en el mercado' resulta una frase que se dice casi todos los días. La realidad es que existe una larga lista de espera de bodegas extranjeras que están en la búsqueda de un representante local o explorando cómo llegar a este apetecible sector, donde la poderosa y cada vez más reputada gastronomía es el atractivo y gancho principal. Este movimiento incrementa la fuerte competencia entre las empresas importadoras que cada vez son más, aunque algunas desaparecen en el duro camino comercial donde la visión, experiencia, gestión gerencial y contar con el respaldo financiero es vital.

A esta interesante situación se suma la presencia de empresas de propiedad de sommeliers, profesionales cuya experticia en el servicio y conocimiento del cliente final, los motiva a dar este importante paso. En algunos casos, el sommelier se anima a emprender el proyecto solo, y va paso a paso, midiendo cada movimiento con cautela, seleccionando las bodegas que responden más a su gusto y preferencia personal. En otros casos optan por asociarse con empresarios que aman el vino, creen en la viabilidad del proyecto y se suman al mismo.

Hace unas semanas, dos amigos míos, Claudia Eraso y César Huanachi, ambos sommeliers de larga trayectoria y experiencia, unidos por la profesión, la pasión por el

vino y por el amor, lanzaron su emprendimiento en la importación de esta mágica bebida elaborada por pequeños productores. La selección de las bodegas se basa en su gusto personal y porque las consideran pequeñas perlas, como ellos mismos dicen. En este caminar los acompaña el empresario Hugo del Pino. Tiempo atrás, Claudia le corría al tema de importar vinos por lo complicado del mercado al que hoy ve más maduro que hace diez años. En la sommellerie aprendió que se puede desarrollar la profesión desde muchos aspectos. Además de ser Coordinadora de la EAS Perú, trabaja para diversas empresas relacionadas al rubro y comunica permanentemente las cualidades del producto, aunque reconoce que algunas personas tienen recelo al verlos como importadores.

Esto significa un escalón más en la carrera del sommelier y no representa competencia para las grandes importadoras, pero me pregunto ¿y para las medianas y chicas? Al final, el mercado es ancho y ajeno, con una visión amplia que debe tener en cuenta los distintos requerimientos de los diversos canales de distribución y comercialización (supermercados, tiendas, distribuidores), restaurantes y bares, y por supuesto ese sector donde está el gran consumidor final que cada día recurre a comprar directamente del importador, a través de su canal web o por el siempre efectivo WhatsApp. La pregunta sigue flotando en el ambiente: ¿de qué manera puede generarse un conflicto de intereses cuando un sommelier de servicio en un restaurante es, al mismo tiempo, propietario de una empresa importadora de vinos? Ensayaremos algunas hipótesis en la próxima edición.



* Comunicadora gastronómica
@sol_marroquin

Importado y distribuido por
L.C. GROUP S.A.C.

Luigi Bosca

DE SANGRE



VINOS QUE EXPRESAN LA ESENCIA DE NUESTRA PASIÓN

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

ARTE LÍQUIDO

Alejandro Kuschnaroff estrenó en Perú el rebranding StickArt de la línea Animal del portafolio de Ernesto Catena Vineyards. En una noche junto a la artista Paola Puliafito, derrocharon creatividad ante todos los amantes del arte y el buen vino.

Escribe: Valeria Burga / Fotos: Cristhian Cisneros

Cada vino de Ernesto Catena Vineyards trae consigo una expresión artística.

Alejandro Kuschnaroff es el intérprete que ejecuta el proceso a detalle. Todos sus vinos presentan una mística que combina con su creatividad. Nunca deja de crear ni de probar novedades.

¿Cómo surgió la idea de crear StickArt para la línea Animal? ¿Cuál es el objetivo de esta propuesta disruptiva?

Cada uno de los varietales que componen la línea Animal son una obra de arte. Argentina es







un país muy grande, con una diversidad interesante en flora, fauna y paisajes. Hemos decidido colocar un animal y el ecosistema donde habita en cada etiqueta. En Ernesto Catena Vineyards estamos muy ligados al arte. Consideramos que esta es la forma de que puedan llevar un poco de nosotros y tenerla como souvenir donde más les guste. Animal no va dirigido a expertos en vino, sino al disfrute del vino, y si es orgánico mejor.

¿Cómo se generó la sinergia con la artista Paola Puliafito? ¿Qué presentaron durante su visita en Perú?

El vino es una forma de expresar emociones. Paola interviene

las copas para que cada persona se libere y exprese el artista que lleva dentro. Trabajamos en Mendoza algo similar y decidimos traerlo a Perú. Mientras Pao enseña cómo intervenir las copas, yo voy contando el concepto de cada etiqueta de Animal.

¿Cuál ha sido la última novedad en llegar por parte de la bodega?

Gracias al trabajo de Romovi Wines, nuestro importador exclusivo en Perú, decidimos traer la botella magnum de 3 litros de Gran Alma Negra. Ahora va a estar disponible para el público, claramente en partidas limitadas. Ideal para quienes gustan de coleccionar.

¿Qué diferencia existe entre Alma Negra y Gran Alma Negra?

Alma Negra es ese corte misterioso que se ha hecho tan famoso aquí. Las personas siempre quieren descubrir lo que hay en diversas añadas. Cada copa es distinta. Gran Alma Negra se enfoca en vinos que están en barricas. De todos los vinos de Ernesto se hace una selección de ocho. Es un blend al que se le llama Gran Alma Negra. Una selección realmente exclusiva.

También tienen un concepto interesante con Siesta, que expresa el concepto orgánico y biodinámico. Cuéntenos un poco más.

Siesta es un tributo a quienes fueron habitantes de la tierra de Mendoza. Nosotros hacemos el ritual de Ayni, algo que realizaban los Incas, que consiste en enterrar parte de la cosecha como tributo pidiendo por una mejor para el siguiente año. Nosotros enterramos botellas de vino. Siesta es un single vineyard, particular de Vista Flores, manejado de forma orgánica y biodinámica.

¿Qué es lo próximo en llegar a Perú?

On The Road es un proyecto que busca distintos terroirs fuera de Mendoza. Aquí va a llegar uno hecho en Italia. La familia de Ernesto tiene raíces italianas, lo que nos llevó a explorar sus orígenes en Toscana.

¿Hay algo más que te gustaría explorar en Vista Flores?

Estamos incursionando con nuevas variedades plantadas como Marsanne y Roussanne. También algo de Nebbiolo.

¿Qué es lo que consideras que define al proyecto de Ernesto Catena Vineyards actualmente?

La búsqueda constante como un artista que se inspira y hace nuevas obras. Para nosotros, hacer vino es una manera de comunicar el camino que vamos transitando. Siempre aparece algo nuevo porque nos gusta movernos.





Legado

INQUEBRANTABLE

Mariano Di Paola volvió a Perú. Dos grandes noticias acompañan esta celebración: el premio Best In Show otorgado por Decanter y el pase del año de Juan Pablo Murgia a Rutini Wines. El éxito no se detiene para el destacado enólogo.

Escribe: Valeria Burga

Rutini Wines es una de las bodegas emblemáticas que acoge el territorio argentino. Esos méritos tienen nombre y apellido: Mariano Di Paola, quien supo ganarse un lugar entre los 30 mejores enólogos del mundo. Lleva décadas puliendo cada nuevo ejemplar de Rutini, aunque ahora prefiere hacerlo desde una visión más global. Por eso trajo a su equipo a Juan Pablo Murgia como Gerente de Enología, lo que viene siendo considerado como el pase del año en el rubro vinícola. Las buenas noticias no acaban allí, pues también recibieron el reconocimiento Best In Show para

Rutini Single Vineyard Malbec 2021 en los Decanter WWA. El legado de Mariano lleva 45 vendimias, cada una entregada a la excelencia.

¿Qué te hizo decidir el ingreso de Juan Pablo Murgia como el nuevo Gerente de Enología en Rutini Wines?

Me encanta lo que hace. Yo llevo muchos años en esto y estoy pensando en aflojar un poco. No quiero retirarme, pero estoy viviendo una época extraordinaria como abuelo. Quiero dedicarle más tiempo a la familia, pues siempre hemos estado unidos. Mi hijo es amigo de Juan Pablo. Me dijo que con él no me iba a



equivocar, ya que se consiguen grandes enólogos, pero no necesariamente buenas personas. Me interesa formar un equipo que trabaje con entusiasmo, que amen lo que hacen. Así seguiremos triunfando.

¿Cuáles son las aristas que desean trabajar en conjunto?

Hemos tenido una charla interesante. Primero en lo personal y después en la parte técnica. La bodega sigue creciendo en exportaciones. Creo que la causa de esto es la consistencia y exigencia en cada botella de vino que elaboramos. La idea con Juan Pablo no es cambiar el estilo, sino perfeccionarlo y aportar pequeños detalles para llegar a la excelencia.

Rutini Wines es de las pocas bodegas argentinas que cultivan Gewürztraminer y Merlot. ¿Qué te agrada de estas variedades y cómo decidiste trabajarlas?

Cuando llegué a la bodega ya estaba plantada la Gewürztrami-

ner y decidimos no arrancarla. Obtuvimos un gran vino de esa variedad al que considero único en Argentina. Por el lado del Merlot, Felipe Rutini iba caminando por los parrales cuando se topó con excelentes granos de esta variedad que lo sedujeron.



Desde esa época hasta hoy lo seguimos plantando, cada vez en lugares más extremos.

¿De qué vivencia nace el vino Apartado?

Es un blend de cuatro variedades: Cabernet Sauvignon, Malbec, Merlot y Syrah. Quería hacer un vino para compartir con mis hermanos y amigos por el cambio de milenio, el cual colocaba en pocas barricas, fuera de la vista de mi trabajo principal. Nicolás Catena sugirió el nombre porque era un vino literalmente apartado.

¿Hacia dónde se está inclinando la tendencia argentina actualmente?

Percibo un aumento en el consumo de vino blanco, principalmente Chardonnay y Sauvignon Blanc.

¿Qué novedades tendremos por parte de Rutini Wines?

Vamos a lanzar un Single Vine-



yard Carmenere de Gualtallary, un concepto atípico a lo que se acostumbra en Argentina. También estamos plantando en Cafayate, a unos 2000 m.s.n.m. Compré una hectárea y estoy explorando el terroir.

¿Consideras que has logrado todo lo propuesto en tu carrera como enólogo?

Tengo 69 años. La viña es una inyección de juventud para mí. Esta pregunta refleja mi competencia interna. Por un lado siento que debo bajar un cambio y por el otro siempre tengo la necesidad de planificar ideas nuevas. El vino es arte. Cuando las cosas suceden, voy a explorarlas. Nunca se sabe cuando puede originarse otro gran producto.

El espíritu d



que conecta

Javier Martínez, Export Manager de Prado Rey, estuvo por Lima para visitar a los clientes de la firma española y seguir estrechando lazos comerciales. Nos juntamos con él para conocer las novedades. Aquí nuestra entrevista.

Escribe: John Santa Cruz / Fotos: Jaime Cuellar





Ribera del Duero es una Denominación de Origen clásica española, con vinos de mucha personalidad y reconocidos. **¿Cómo afrontar las tendencias que van hacia D.O emergentes?** Somos una bodega transgresora en la que buscamos salirnos de la parte clásica de Ribera del Duero con vinos de más carácter y frutales. Venimos usando tinajas de barro centenarias que le aportan complejidad al vino, taninos y longevidad sin esa parte fuerte de barrica clásica. Tenemos vinos fuera de la D.O para gente más joven, maceraciones carbónicas, tempranillos tintos utilizados en blanco y rosado. Evidentemente está la parte clásica, que muchas veces es la que busca el consumidor. Sin embargo, exploramos las nuevas tendencias.

Si hablamos de novedades puntuales, ¿en qué están experimentando?

De momento va a llegar un Albillo Mayor. Tenemos la finca más grande de todo el noroeste de España. Estamos hablando de 5 mil hectáreas de vino.

¿Cómo se dividen estas fincas? Nosotros trabajamos como pagos. Cada uno de los vinos sale de una zona específica del viñedo.

¿Cuánto tiempo llevas en la firma? ¿Qué es lo que te atrajo de

Prado Rey?

Desde principios de año. Vengo del mundo del jamón y el vino. Trabajaba para una importadora mexicana, la misma que traía Prado Rey. A principios de año me buscaron para ir al mercado latinoamericano. Soy abogado de profesión y siempre estuve ligado a la parte comercial del rubro gourmet. Por temas personales viajé a México, donde tuve la oportunidad perfecta de dejar la abogacía que no me gustaba y dedicarme al mundo gourmet en general.

¿Cuánto te cuesta analizar un mercado?

Todos los mercados son distintos. Lo más importante es conocer el sitio y los clientes. Es importante estar allí para observar a detalle y luego tomar acción.

¿Cuál es tu vino preferido de esta firma?

Adaro. En honor a la bodega y a Javier Cremades de Adaro, nuestro fundador. Me parece un vino espectacular.

¿Qué tan importante es el mercado peruano para Prado Rey?

Perú es un país de alta gastronomía. Para las bodegas que hacen grandes vinos como la nuestra es necesario estar presente con las mejores etiquetas. La gastronomía es la mejor aliada del vino. Es la que nos abre puertas.





Nacida para el vino

Tenía en mente ser actriz, pero el destino la llevó a transitar por el mundo del vino para convertirse en sommelier y docente, su pasión más grande. Claudia Eraso es quien lidera la Escuela Argentina de Sommeliers en Perú, aunque ahora también está incursionando en la faceta de importadora.

Escribe: Valeria Burga

¿Cómo se dio tu primer acercamiento con el mundo del vino?

Quería ser actriz. Me fui a Buenos Aires para trabajar de camarera y pagarme los estudios de dramaturgia. Llegué a un restaurante francés donde uno de los socios me reclutó como asistente de cava. Recién en esa época se empezaba a hablar de los vinos varietales en Argentina. Todos eran vinos genéricos: blancos y tintos de corte. Mi jefe me mandó a cubrir una cata y fue la primera vez que tuve una experiencia real de una degustación guiada. Empecé la carrera en la Escuela Argentina de Sommeliers y volví a Mendoza con mi título.

Dado que Argentina es un país vinícola, donde hay mayor consumo, ¿por qué viniste a Perú?

Estuve mucho tiempo ligada a la hostelería. Un día le consulté a Susana Balbo si tenía conocimiento de algún puesto de sommelier fuera. Quería explorar más allá de Argentina. Me fui para Colombia a realizar capacitaciones para una importadora. Allí conocí al papá de mi hijo, entonces chef del Grupo Acurio. Vinimos a Perú, luego fuimos a Madrid, Buenos Aires y regresamos a Perú durante la crisis del 2010. No me gustaba Lima, sin embargo, lo primero que hice fue inscribirme en el curso de cata-



dores de pisco. Saqué algunos libros junto a Soledad Marroquín. Siempre me ha gustado realizar distintas cosas en la sumillería, no solo el servicio. Me encanta estar en la sala, pero amo la docencia.

¿Cuándo empezaste a enseñar?

Di clases en el Instituto Argentino de Gastronomía, después en Gato Dumas y CAVE. Siempre he estado ligada a la docencia.

Nunca te hemos visto con alguna marca de manera fija. ¿Es una filosofía personal?

Sí. Es una decisión. La exclusividad cuesta y yo tengo una marca personal formada. El hecho de trabajar con una sola marca te limita mucho a la llegada de otros productos. Por eso me parece importante trabajar con todos.

¿Cómo te sientes dirigiendo el programa de sommeliers de la EAS?

Increíble. En agosto se gradúa mi tercera promoción. Cuando apareció la oportunidad de traer la EAS a Perú, la primera persona que se me ocurrió como respaldo administrativo fue Robby Montenegro. Inés Pezzarini entró como socia junto a Marina Beltrame y desde ese momento vamos avanzando.

Ahora estás importando vinos junto a César Huanachi, tu pareja. ¿Cómo decidieron incursionar en esta faceta?

Por mucho tiempo me han buscado para importar. Como mendocina, existen muchas bodegas argentinas que se contactan conmigo para ello, sin embargo, no había querido hacerlo porque es

un negocio a largo plazo. César, por su lado, tiene como sueño trabajar en el servicio de su propio restaurante. Estábamos buscando eso en realidad, hasta que apareció Hugo Huertas del Pino, quien había sido su jefe en Maximiliano. Somos cuatro socios. La esposa de Hugo tiene un club de vino que armó en la pandemia. Entonces, todos hemos coincidido en nuestra pasión por la buena mesa, la gastronomía y el vino. Mientras más nos conocemos, todo va fluyendo mejor.

Entre tantas marcas y bodegas que existen actualmente en el mercado. ¿Cómo escoger lo más adecuado?

Lo primero que vamos a importar es Chile y no Argentina. El valor agregado ha sido el factor humano. Los tres productores chilenos que vamos a traer en el primer embarque son de proyectos muy pequeños, pero significativos. Por allí hay un semillón, criolla, riesling de altura, chardonnay y pinot noir con un perfil distinto. De Argentina traeremos una bodega de más volumen, Dharma.

¿Qué te gustaría realizar más adelante a nivel personal?

Quiero seguir con mis certificaciones. Le apunto al WSET Diploma. Por el lado de EAS, junto a Gabriela Rovati hemos empezado a dar talleres de cuatro clases en iniciación del vino y maridajes. El próximo año, está en mente abrir una sede de EAS en Ica. Ser docente significa seguir aprendiendo y explorando sobre el vino para llevar la educación a más lugares.





En la mesa no se envejece

Por Jasmine Rincón Morales*

Italia ha hecho de la mesa un templo y de la comida un lenguaje. Lo vi reflejado hace años, cuando un chef italiano —con especialidad en cocina regional italiana— me preparó un Timballo di scrippelle. Aquel plato, originario de Abruzzo, de innumerables capas de crepes, unidas entre sí, era más que una receta; era una declaración. En su preparación había paciencia y en su sabor historia. Mientras la salsa se espesaba al fuego y el aroma de los ingredientes llenaba el lugar, entendí que, en la cocina italiana, el afecto y los recuerdos se cocinan a fuego lento. Aquel platillo me hablaba de historia, de paciencia y de cariño tangible.

Un conjuro italiano contra el paso del tiempo, ‘A tavola non s’invecchia’ — ‘En la mesa no se envejece’ — no solo porque los manjares bien servidos alimentan el cuerpo, sino porque el acto de compartirlos rejuvenece el alma. Este proverbio encierra una verdad innegable: el ritual de la comida en comunidad es mucho más que un simple intercambio de platos. Es un anclaje emocional, un refugio donde las preocupaciones se diluyen entre el tintineo de copas y el rumor de las conversaciones. Sugiere que la alegría y el placer compartidos en la mesa tienen el poder de retrasar el envejecimiento. El actor ítalo-estadounidense Stanley Tucci lo retrata con fervor en su serie: Tucci en Italia, donde captura ese mismo espíritu.

En Siena, la contrada convoca voluntarios, sin adoctrinamiento profesional y que ocupan ollas y hornos desde el amanecer, desafiando la lógica del reloj, convertidos en custodios de un banquete comunitario — para unas mil personas— que trasciende recetas para abrazar la identidad de un pueblo. Los fogones se convierten en un teatro donde ingredientes humildes acaban convertidos en festín, y lo más valioso no es la técnica, sino el latido común que envuelve cada cuenco y cada copa. El concepto de Campanilismo, que Tucci menciona en su serie, refuerza esta idea de comunidad. No pertenecemos a un país, sino a la zona donde se alcanza a escuchar el sonido de nuestro campanario. La

identidad no es solo geográfica, sino sensorial, construida a base de aromas familiares, platos que nos vieron crecer y rituales que, aunque parezcan pequeños, nos sostienen en el tiempo.

Quizás por eso, en Italia no se concibe la soledad en la mesa. Comer solo es casi una excepción, porque cada plato parece pedir compañía, cada copa parece querer ser alzada en un brindis. Hay una historia por contar, un vínculo por fortalecer y una juventud que se conserva, no en la piel, sino en el corazón. La gastronomía italiana, aquí, se revela como un acto de arraigo y un abrazo que viaja en el viento. En esa inmensidad de mesas compartidas, el proverbio acaricia la realidad, en cada copa alzada y plato servido late la promesa de no envejecer.

Pocas obras captan con tanta ternura esa esencia como Nonnas (2025), la película que rinde homenaje a un restaurante donde las verdaderas chefs son abuelas de diversa procedencia. En la pantalla, ellas bromea y preparan platillos, mientras repiten una y otra vez ‘En la mesa no se envejece’ en varias escenas, como un mantra que rescata la eternidad de los sabores y los lazos que construimos alrededor de un plato en compañía. Si alguna vez nos preguntamos dónde se encuentra la verdadera fuente de la juventud, tal vez la respuesta esté más cerca de lo que creemos: en una cena, en un brindis, en una conversación que nos hace olvidar que el tiempo sigue avanzando. La mesa, amigos, es nuestro primer laboratorio de felicidad. Alla vostra salute, e alla gioventù che non tramonta.



Neurogastrónomo y Sommelière
@laneurogastronomia



MIL DEMONIOS

BODEGA

SIN REGLAS

Created and Drunk by owners

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Humanizando el liderazgo

El liderazgo y la creatividad de Macarena Hurtado lograron consolidar al equipo de Hidden Experimental Bar. En esta nota conversamos sobre la filosofía que la llevó al éxito dentro y fuera de la barra.

Escribe: Valeria Burga

Macarena Hurtado, antes de ser mi amiga, es una de las mejores bartenders y jefas que conozco. Fuera del tema de técnicas, el liderazgo que traslada a su equipo de Hidden Experimental Bar es de admirar. No sabía que estaba estudiando comunicaciones hasta que le hice esta entrevista. Me contó que le apasionaban las letras y que el bar no era una posibilidad hasta que le mandaron a hacer un documental sobre ello. «En aquel tiempo, la gastronomía estaba en auge y el boom de la coctelería

ni siquiera había empezado. Me tocó hacer un documental sobre el bar y fui con mi grupo al Hotel Bolívar. El bartender nos hizo sentir muy cómodos. Fue algo diferente, pues en un inicio me había inclinado a realizar reportajes en zonas rurales», relata.

Este evento disparador en su carrera hizo que cambie de rumbo. Apostó por el bar pese a que algunas cosas estaban en su contra. Dejó la universidad y se adentró en la mixología. Ha pasado por las barras de cafeterías, discotecas, trattorias y restaurantes hasta que llegó a Pitahaya





Loungue, liderado por Franco Cabachi, quien hoy es un referente del rubro. «Él me cambió el panorama», asegura. «Lanzamos la carta y me dio la oportunidad de realizar mi primer viaje de trabajo a Cancún, México. Estuve un año por allí. Luego me tocó ir a Argentina, Brasil y Costa Rica, donde estuve hasta que llegó la pandemia. En Costa Rica aprendí a hacer cerveza, ginger ale y ginger beer. La gente no le daba tanta importancia, pero yo lo hacía por amor al arte. Antes la coctelería no tenía un lugar consolidado, menos si las ideas venían de una mujer».

Hubo un momento donde sintió que había logrado mucho fuera

de Perú, sin embargo, aún no desarrollaba algo que realmente le llenase desde adentro. Regresó, lanzó su primera carta en Limbus de Cusco, ingresó al Grupo Dasso, estuvo en Dadá y Mercado 28. Un día le llegó la llamada de Aaron Diaz, uno de los máximos referentes que tenemos en el país, maestro de la coctelería conceptual y una mente creativa. No dudó en aceptar su propuesta cuando él se estaba uniendo a Hidden Bar. «Aaron cambió todo el concepto y lo volvió Experimental. Tomamos la coctelería moderna y clásica para reversionar con un ligero twist. Tuvimos que leer mucho sobre clásicos. Lo que más me gustó de la entrevista que tuve con él fue que

confió en mí desde el primer momento. No me preguntó sobre lo que ya conocía, sino que me invitó a aprender en conjunto y a liderar. Me agradó su franqueza y sinceridad. Cambió mi manera de manejar un bar», rememora.

Junto a Aaron sacaron Modern Classic, donde aún conservan la Piña Colada reversionada que se convirtió en mi favorita desde que la probé el año pasado. Tiene una mezcla de ron blanco y añejo. Lo interesante es que lleva copoazú para darle acidez y textura que no es común en este cóctel. Usan un jarabe de coco especiado, un poco fortificado con amaretto y bitter de cacao. Se le añade piña, naranja

y limón. La decoración va con chocolate blanco. Es el match perfecto. Tiempo después lanzó una nueva carta inspirada en películas de los 90s y 2000 junto a Juan Diego Romero. De aquí destaco Duro de Matar, que viene en un envase de muñeco de nieve. «Vimos todas las películas para hacer los cócteles. En el caso de Duro de Matar nos costó encontrar los insumos adecuados porque todo es mucha pelea y acción. Decidimos ambientar el cóctel según la época en la que se desarrolla: navidad. Una mezcla de sabor con ron, pisco quebranta, piña, pasas y arándanos. El garnish hace alusión al muérdago. Todo muy navideño», menciona.

Ahora Maca lidera la barra de Hidden Experimental por completo, respaldada por todo su equipo. Eso es lo que hay que rescatar de ella. «Mi equipo va a cumplir dos años a mi lado sin rotar. Me siento orgullosa de eso. Hay que cuidar el estado emocional de cada persona, porque todos son valiosos y tienen diversas habilidades que aportan al objetivo global. Para mí, es importante como líder sostener el equipo y darles las herramientas que necesitan», puntualiza. Pronto habrá novedades en Hidden. Los sigues como @hiddenbar.pe. Visítalos en Pasaje Mártir José Olaya 129, int 102, Miraflores.

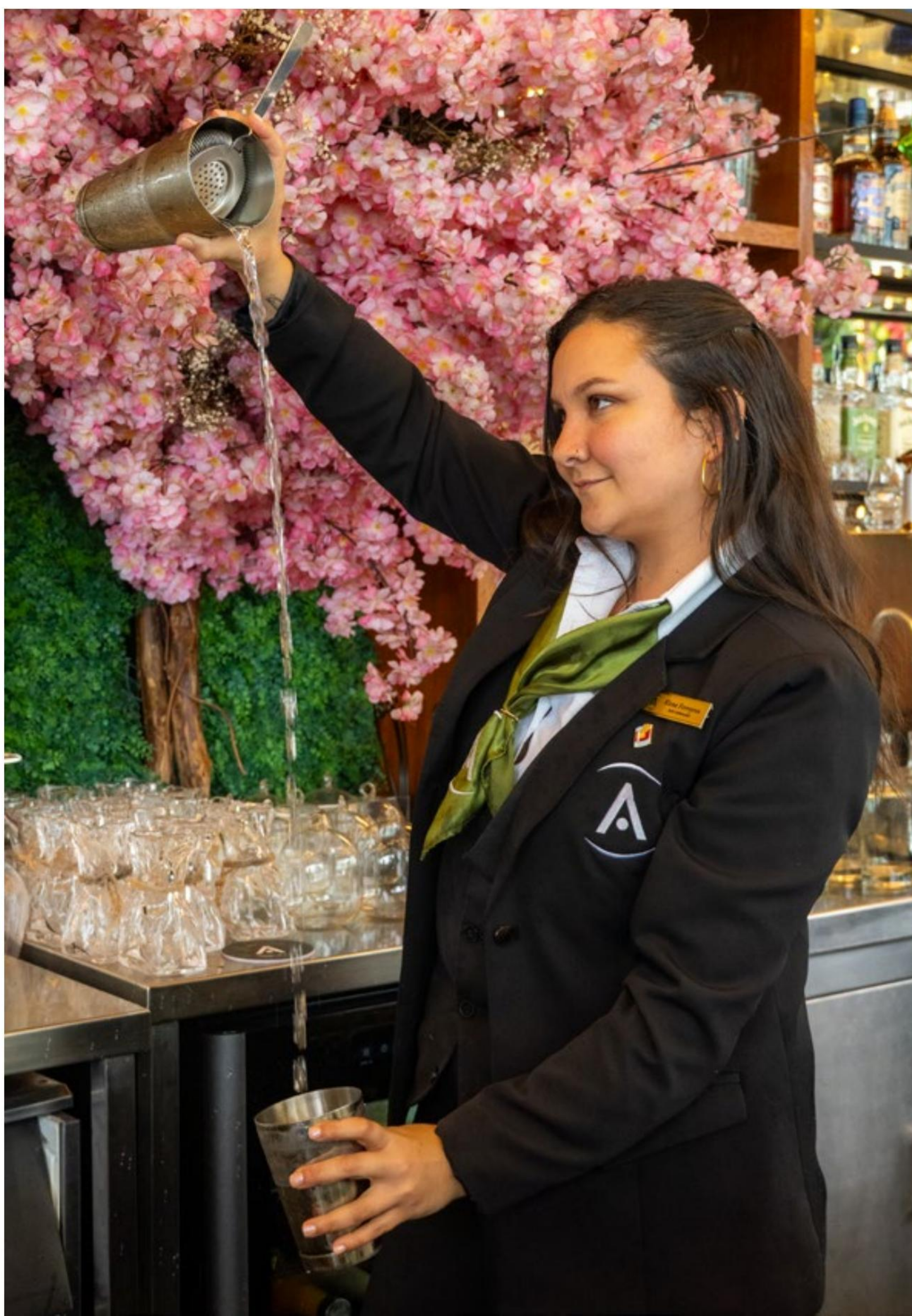


Calles de Lima

Atmósfera, el rooftop de moda, sorprende con su carta de cuatro cócteles inspirados en productos peruanos. La idea surge de Elena Ferreyros, su jefa de barra, quien busca que Calles de Lima ponga en vitrina destilados e insumos que en otras barras suelen ser olvidados.

Escribe: Valeria Burga

Cuando Elena Ferreyros me avisó de su nueva carta en Atmósfera, rooftop en el que ahora se desempeña como jefa de barra, pensé que era un estilo tropical y refrescante. Sin embargo, me dijo que tenía un apartado de cuatro cócteles al que llamó Calles de Lima, inspirados en la tradición limeña que siempre acoge un poco de cada rincón de Perú. «Es una breve carta de productos peruanos. No está dirigida necesariamente al público extranjero, sino al peruano y a nuestros recuerdos», confiesa. Elena empezó su carrera en la cocina, pero tuvo la oportunidad de liderar una barra. «Allí descubrí que quería dedicarme a ser bartender. Armé la carta de un restaurante nuevo en Córcega, estudié en Madrid, viajé por Europa y luego volví a Perú, donde empecé a desarrollarme en hostelería. Empecé a desarrollar coctelería de autor, empleando técnicas de





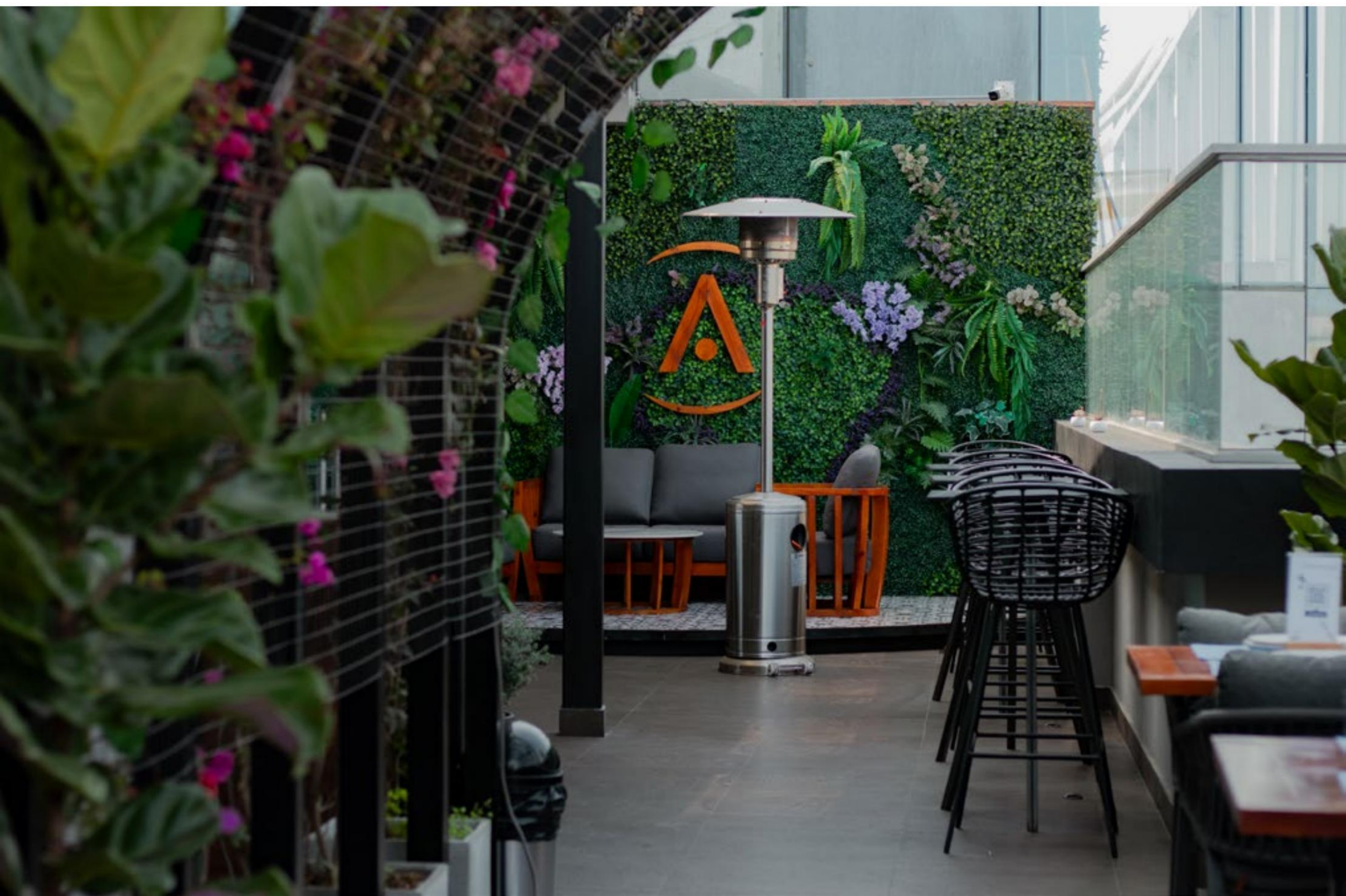
cocina dentro de la barra», relata.

Estaba buscando un lugar en el que pueda explayarse al cien por ciento. En esta búsqueda se topó con *Atmósfera*. «Tienen una temática interesante, muchas decoraciones, sabores tropicales, todo muy fresco. A mí me encantan los aperitivos, pero nuestro oficio implica adaptarnos a conceptos y crear en base a ello. Lo que me gusta de *Atmósfera* es que están abiertos a la creación. Por eso lancé *Calles de Lima*», asegura.

Dejó que me guiara en el recorrido que considere mejor, según perfiles por supuesto. Empezamos con *Lima Sublima*, un aperitivo en teoría, pero en la praxis

saborizado y dulce con intensidad. El objetivo es recordar el chocolate sublime con maní que todos conocemos. Lo logra desde el primer segundo. Lleva *Pisco Ferreyros Quebranta* que le otorga notas a flores blancas y rosas, no invade el cóctel en ningún momento. Se acompaña de un *fat wash* de chocolate sublime con maní tostado y unas pinceladas de limón. En esta opción también hay un ejercicio interesante de maridaje. Una concordancia excelente con chocolate blanco que refuerza la untuosidad de la bebida. Mi favorito entre los cuatro.

El segundo paso es *K'intu* (ofrenda a la Pachamama), donde la estrella es *Pikchá Coca*, destilado





de hoja de coca proveniente de Cusco. Está de moda en muchas barras, aunque considero que Elena es de las pocas que realmente sabe cómo ejecutarlo. Lo acompaña de vermouth extra dry, bavaoise de chocolate blanco y bitter. Este cóctel nos lleva a un perfil herbal, seco, con una capa ligeramente dulce. Hay muchas formas de tomarlo. Recomiendo mezclar la crema con el cóctel, pues así resulta menos invasivo. De todos modos, ha sido bien ensamblado para resaltar la hoja de coca. Evoluciona en cada sorbo. Ideal para quienes buscan una nueva experiencia, quizá más compleja y redonda.

Continuamos con Brava 14, a base de Vodka 14 Inkas, Sinsonte

(licor de ajíes peruanos), maracuyá, ají amarillo y agua tónica. Este es refrescante y ligero. Podemos pensar que los insumos serán invasivos, pero la verdad es que se equilibran de la forma correcta para el disfrute. El maracuyá le da el contraste. Eso es lo que resalto. Un cóctel diferente que limpia el paladar. Me parece muy gastronómico, sin caer en lo convencional. Cerramos con Doña Rosita, la mejor demostración visual de los míticos postres como el arroz con leche y la mazamorra morada. Fuera de que es visualmente instagrameable, lo que más me gustó es el uso del Brandy. Nunca había probado un cóctel que lo contenga y menos como protagonista. Gran Paso viene trabajando bien su línea de

productos y en este cóctel puede brillar. Además, lleva horchata de arroz con leche y mazamorra sin textura (con aire). Un cóctel dulce con notas a caramelo propias del Brandy. Tal como comer un postre.

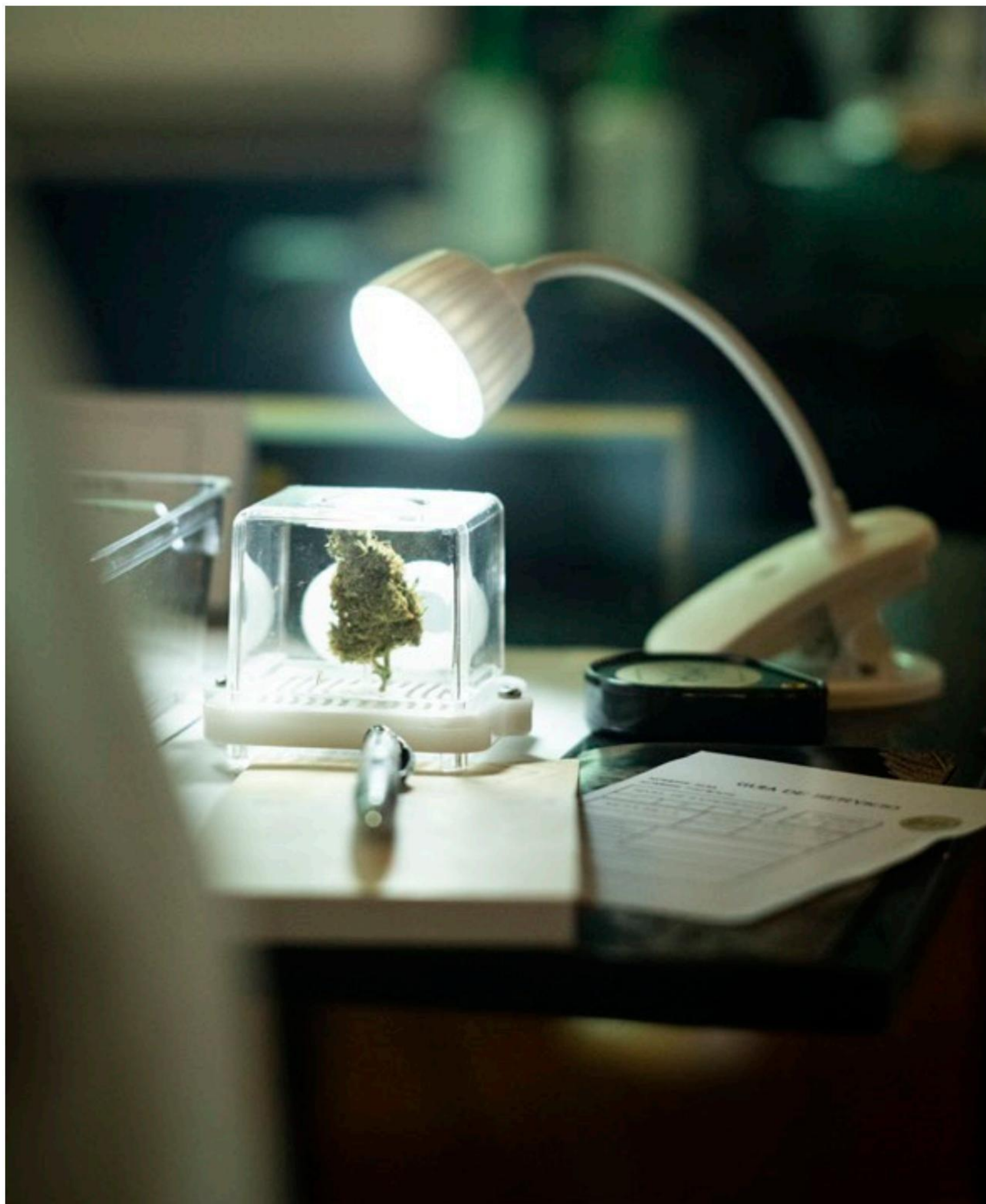
Si buscas una experiencia diferente y salir de lo convencional, debes darte una vuelta por Atmósfera. Elena ha logrado darle vida a productos que, normalmente, en otras barras son olvidados. Además, por este mes patrio, en el rooftop se realizarán activaciones cada jueves con destilados peruanos. Excelente apuesta la de Atmósfera, que pronto lanzará su carta de clásicos reversionados. Recomiendo la experiencia.



Explorador de Cannabis

Desde Got Plant Perú, Juan Diego Vargas (El Pepi), viene impulsando el consumo responsable de cannabis. Como gastrónomo y canábico profesional, ha fusionado sus dos grandes pasiones para cambiar perspectivas hacia una vida más saludable.

Escribe: Valeria Burga



¿Cuándo descubriste el cannabis y cómo lo fuiste adaptando a tu estilo de vida?

Inicié por curiosidad. Mi hermana me contó que probó en una fiesta. Fui con ella a una y probé. A mí me cambió la vida desde entonces. Pude estudiar, sentarme en el aula, estar con mis amigos y conversar. En casa me preparaban galletas y leche con cannabis, ya que no podía fumar por mi edad. No había prejuicios en mi entorno. Siempre me llamó mucho la atención el cannabis porque soy neurodivergente y mi mente funciona distinto.

¿Cómo se da el lazo entre el consumo de cannabis y la gastronomía/coctelería?

Me dedico a esta industria desde que tengo uso de razón porque mis padres han tenido cevicherías y restaurantes. Conocí el bar



en Miami, luego de terminar el colegio. Regresé a Perú y estudié para ser piloto de aviones, aunque siempre me apasionó atender a la gente, el servicio. Empecé a trabajar en Starbucks y aprendí más sobre café. Dentro de la gastronomía influyen muchas cosas: comida, bebidas, vinos, café, té, chocolate. Siendo gastrónomo, me fue muy fácil aprender técnicas para preparar mi propia medicina, ya que a veces no podía fumar en ciertos lugares. Ahora soy cultivador junto a mi esposa. Tenemos 20 años juntos y dos hijos. Nos apasiona el cannabis y todo lo que podemos explorar de esta planta. Este es mi estilo de vida y lo que necesito para estar bien.

¿Has tenido experiencias laborales en las que pudiste llevar tus conocimientos sobre el cannabis?

Soy gastrónomo y canábico profesional. El único con esas dos carreras juntas. Nunca he trabajado en un lugar que no me permite el consumo libre de cannabis. Dentro de la industria, comencé a trabajar como director creativo del grupo MSK, conformado por Osaka y Carnaval. Viajaba para inaugurar restaurantes y desarrollar su parte creativa, a lo que llamamos 'front of the house': salón, bar, atención y performance. Estuve 10 años en esta compañía porque conectamos super bien. También he sido embajador de Hendrick's Gin y The Glenlivet Whisky.

¿Cuándo decides dedicarte por completo a Got Plant (tu emprendimiento)?

En el 2017 hubo la noticia de que el cannabis en Perú se iba a legalizar. Nos emocionamos porque siempre hemos vivido entre prejuicios. Comenzamos a empujar la acción por medio de un abogado canábico, el mejor de Perú. Su sueño era cumplir lo que hemos hecho mi esposa y yo. Decidimos vender nuestra medicina e hicimos los primeros productos para la venta. Desde el principio se llamaron Got Plant. La premisa es que las personas puedan usar cannabis de forma segura, correcta y con base. Lo más importante es pasarla bien. Nosotros brindamos una guía de servicio para saber qué dosis

de cannabis requiere cada uno en algún menú degustación o en productos personalizados que realizamos. Somos conscientes de que cada organismo reacciona diferente.

¿Qué productos y servicios encontramos en Got Plant?

Tenemos aceites, tinturas, una cerveza llamada Green Dragon, Kombucha y Cold Brew Tonic. Estamos abriendo la disponibilidad de hojas de plantas CBD como garnish para cócteles, lo cual está dentro de la normativa. Somos una asociación sin fines de lucro que se sostiene por medio de experiencias gastronómicas, talleres, educación. No lucramos con la planta, pues vendemos el aprendizaje de la misma. Siempre hemos hecho

todo al margen de la ley. Si no se puede, simplemente esperamos.

En líneas generales, ¿qué beneficios otorga el consumo de cannabis?

El cannabis tiene más de 400 usos y es por eso que ha sido ilegalizada. Tenemos cinco enemigos: la religión, la sociedad, la industria medicinal, el tabaco y el alcohol. Esta planta nos sirve para construir casas, confeccionar ropa, combustibles, alimentos para ganado, aceite, entre otros. En la gastronomía tenemos un sinfín de terpenos, moléculas que entran por nuestro sistema olfativo y nos hacen sentir mejor. El THC funciona en algunas enfermedades, inclusive mentales. Se usa mucho para el parkinson porque va directo al

sistema nervioso.

¿Cómo percibes el consumo de cannabis actualmente? ¿Consideras que la sociedad está más abierta a aprender y experimentar con ello?

Hoy, el ser humano sufre mucho por cómo se viene desarrollando la industria laboral. Trabajamos de más para nosotros mismos matarnos. Ello hace que, en esta última era, la sociedad haya despertado la curiosidad por una vida plena, con más tiempo de calidad. Ha encontrado un aliado en el cannabis. Esta es una experiencia que puedes vivir o no. Nadie te obliga. Nosotros cuidamos mucho los detalles para que nuestros pacientes, clientes y asociados vivan una experiencia cannábica profesional.



Llevar a Perú en un vaso: el reto del relato

Por Juan Diego Romero

Julio es el mes patrio. Un mes en el que Perú se celebra en las calles, en las casas y, cómo no, en las barras y en las mesas. Es también el mes en que los sabores se vuelven protagonistas: desde el ceviche del mediodía con un pisco sour, hasta la sobremesa con un café o un cóctel como el batido, y las largas noches de celebración. Es precisamente en ese cruce entre gastronomía y coctelería donde vale la pena detenernos y preguntarnos: ¿cómo estamos contando lo nuestro?

Hoy, la cocina peruana goza de un lugar privilegiado, tanto a nivel nacional como internacional. Se reconoce su técnica, su historia, su diversidad. Los chefs son embajadores, los insumos son protagonistas, los comensales están informados. Si hablamos de la coctelería peruana, ¿puede decirse lo mismo? La respuesta es: no todavía. La coctelería en Perú ha crecido, se ha profesionalizado y ha empezado a ser reconocida como parte importante de la experiencia gastronómica. Su narrativa aún no llega con suficiente fuerza al consumidor final. Mucho se habla entre productores, bartenders y especialistas sobre insumos de origen, procesos artesanales, sostenibilidad y trazabilidad. Pero esa historia se queda muchas veces entre los eslabones de la cadena, sin llegar al vaso con la contundencia emocional y narrativa que se necesita.

Sin embargo, el potencial es inmenso. No solo por el pisco, que ya es un símbolo, sino por toda la despensa líquida que Perú ofrece: frutas nativas, café de altura, cacao de origen, botánicos andinos, ajíes únicos, vermouths y bitters peruanos, destilados experimentales. Cada uno con una historia que merece ser contada. A ello se suma la creatividad de los cócteles de autor, que integran ingredientes nacionales e internacionales para dar vida a mezclas cosmopolitas hechas en Perú.

Para dar el salto, no basta con tener buenos productos. Necesitamos construir una narrativa que conecte. Y en ese camino podemos mirar los casos de éxito en el mundo. México supo transformar el tequila y el mezcal en parte del orgullo nacional y de la identidad exportable. Escocia logró que el whisky sea sinónimo de prestigio y tradición. Francia posicionó el coñac como símbolo de sofisticación. Estados Unidos hizo del bourbon y el rye un emblema cultural que hoy conecta generaciones con un arraigo patriótico. Todos ellos lograron algo fundamental: contaron su historia de forma consistente, accesible y emocional. No solo en ferias o libros, sino en cada punto de contacto con el público. Cada etiqueta, cada cóctel, cada palabra del bartender, cada campaña... todo suma a un relato coherente que el consumidor entiende y recuerda. Esa es la ruta. Tenemos todo

para transitarla.

Si algo hemos demostrado los peruanos es que cuando creemos en lo nuestro y lo contamos bien, el mundo responde. Lo vimos con la gastronomía. El ceviche no llegó al extranjero por sí solo: llegó acompañado de chefs comprometidos, de historias bien contadas, de un relato que conectó con lo emocional y lo sensorial. Lo mismo puede pasar con nuestra coctelería. Gastronomía y coctelería no son caminos paralelos, son parte de la misma cultura viva. Cuando un chilcano acompaña una causa limeña, cuando un capitán se sirve antes o después de un rocoto relleno, cuando un cóctel con cacao amazónico marida con un postre de lúcuma, estamos construyendo una experiencia integral de Perú. Una experiencia que no solo alimenta, sino que emociona y educa.

Por eso, este mes patrio no es solo un buen momento para brindar. Es también una oportunidad para reforzar el relato que ya venimos construyendo: uno donde bartenders, productores, marcas, medios y consumidores caminemos en la misma dirección. Contar lo nuestro con claridad, con orgullo y con un sentido real que conecte. Ese relato empieza desde lo más simple: decirle a quien se sienta en la barra no solo qué está tomando, sino de dónde viene, quién lo hizo, qué historia encierra y por qué eso importa. Cuando el cliente sabe lo que bebe, se convierte en embajador. Y esa es la verdadera fuerza del storytelling: transformar la coctelería en una causa.

Julio es una excusa perfecta para empezar. Pero la misión va más allá del mes patrio. Se trata de construir, con paciencia y pasión, una identidad líquida que Perú pueda ofrecer al mundo con la misma contundencia con la que hoy ofrece sus platos y restaurantes. Cuando lo peruano se cuenta bien, todos lo quieren probar. Eso no solo impulsa el turismo local e internacional, también proyecta y exporta nuestra industria. Si logramos que esa historia llegue al vaso, entonces estaremos haciendo un salud por un país que sabe quién es y hacia dónde quiere ir.



Embajador de marcas, mixólogo y promotor de la coctelería peruana @jdromer



VIU MANENT

VALLE DE COLCHAGUA - CHILE



ANIVERSARIO
20 AÑOS

NUEVA IMAGEN

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



Embajador de la carne

Vittory Meats se ha consolidado como un referente de la mejor selección de carne y distribución en Perú. En este diálogo con Raúl Cárdenas, embajador de la carne premium, descubrimos más sobre el negocio que le apasiona y cómo viene impulsando su empresa.

Escribe: Valeria Burga / Fotos: Joaquín Cruzado / Locación: La Cabrera Miraflores

Raúl Cárdenas es un erudito de las carnes y de los negocios. Un visionario y pionero en impulsar el consumo de carne en Perú, la fuente de proteína más importante del mundo. «En el 2002 vivíamos en un mercado de consumo total de pollo. Siempre digo que el peruano fue parrillero, pero sin cultura de consumo. Ha pasado mucho tiempo para que esto recién comience». Su pasión inició cuando solo tenía 17 años. Un amigo suyo, José Antonio Camino, vivía en Argentina y vino a estudiar a Perú. Se conocieron en Hoja Redonda, una empresa dedicada a la venta

de granos. «Él siempre me cuestionó sobre por qué en nuestro país no se comía carne como en Argentina. Quería hacer algo al respecto e importar para cambiar el mercado. Renuncié a mi trabajo y me fui con él a empezar este sueño por menos de la mitad de mi sueldo. Aposté todo y resultó», relata.

Al principio, como todo en la vida, no fue fácil. «Yo mismo descargaba el contenedor. Estamos hablando de 1200 cajas, cada una de 20 kilos. Apuntaba los precios, acomodaba la carne y la guardaba en el almacén. Comenzamos a venderle a Santa

Isabel (hoy Plaza Veá). Cuando quieres que algo crezca, debes tocar puertas literalmente. Hemos vendido carne hasta en la calle. Ponía a bailar tango en el supermercado, ofreciendo la carne argentina con letras grandes»

En aquella época solo existían dos restaurantes de carne: El Rincón Gaucho y La Carreta. Actualmente, cada semana inaugura un nuevo steakhouse en el sector A, B e inclusive el C. Raúl comenzó de cero hasta ver la carne argentina en cada local. «Eso es lo que me llena de orgullo», confiesa. Bajo toda esta experti-se, decidió fundar Vittory Meats



(Las carnes de Victoria). Va en honor a su primera hija. Vittory es Victoria en italiano y Meat es carne en inglés. Su empresa lleva cuatro años en el mercado y reconoce que ha crecido de manera exponencial. Logró posicionarse entre los mejores restaurantes de Lima y en todos los emergentes.

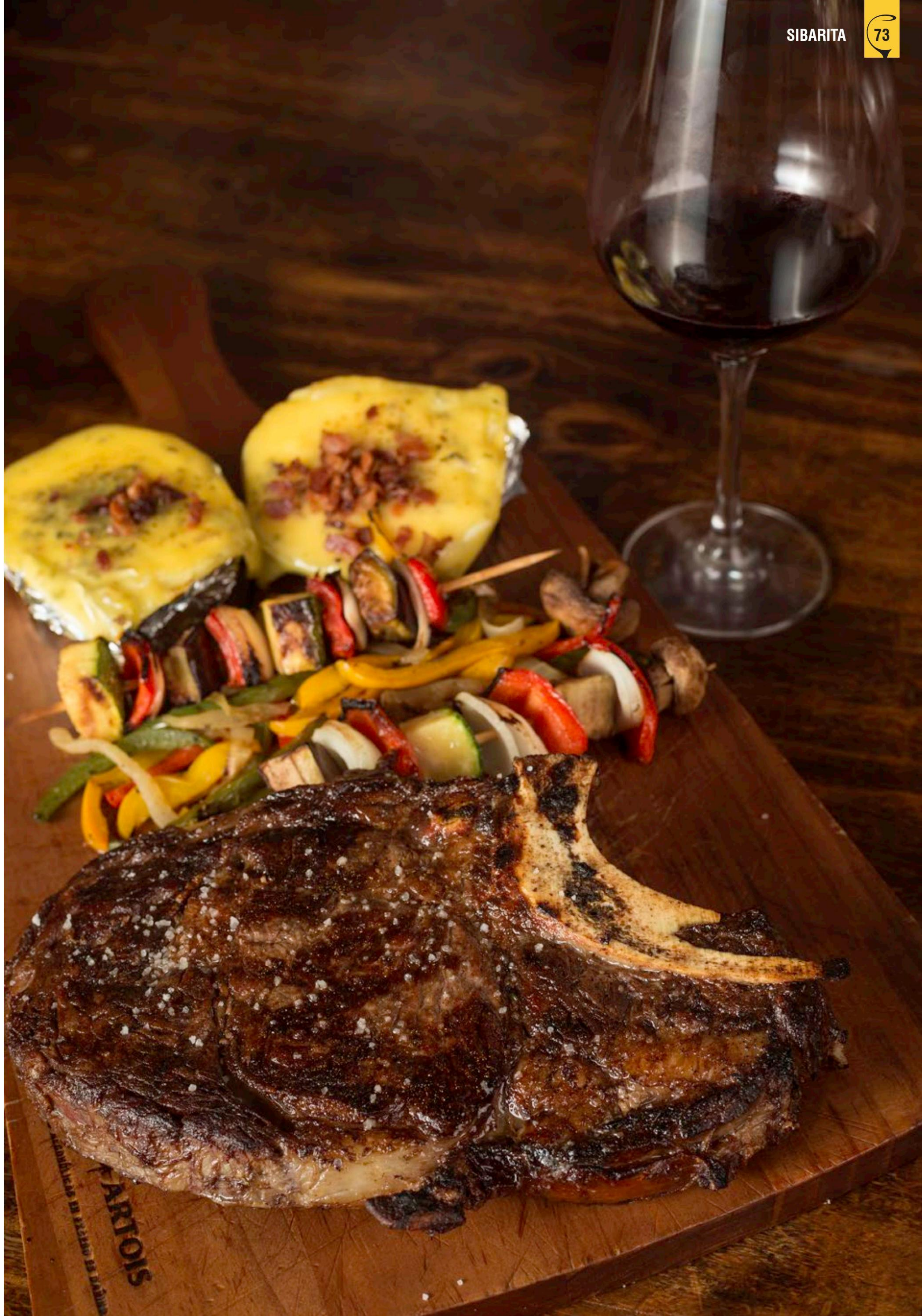
Uno de ellos es La Cabrera, ubicado en Miraflores y El Polo (Surco). Es un restaurante con un nombre ganado a nivel mundial gracias a Gastón Rivera, quien comenzó en Buenos Aires y ha llevado el concepto a varios países del mundo, entre los que destacan Dubai, Miami, Argentina y Perú. «Quien viene a La Cabrera sabe que va a vivir la verdadera experiencia argentina. Vittory Meats tiene una alianza con La

Cabrera porque compartimos la misma filosofía que es la pasión por lo que hacemos», manifiesta.

Vittory Meats es más que un negocio. Se enfoca en enseñar sobre la carne y aportar para su crecimiento mediante experiencias, capacitaciones y manejo de servicio. «Es importante conocer el manejo de la carne desde que llega al restaurante, cómo descongelarla y a qué temperatura mantenerla». En este negocio no se debe pensar en el precio, sino en la calidad. «Vittory Meats ha roto esa barrera», asegura. La carne tiene un valor desde la raza del animal, su alimentación hasta el último día en beneficio, de qué forma lo refrigeras, etc. Todo tiene un proceso, por ende, un costo. «Si tu apuestas por mí,

yo te garantizo el éxito de tu negocio. Vendemos la mejor selección de carne, tanto americana como argentina, en base a nuestra experiencia», agrega.

Próximamente, Vittory Meats estará realizando una alianza con una empresa muy importante en Perú para trabajar el cerdo con genética. Raúl se siente orgulloso de haber sido el primero en traer la marca Godina a Perú y actualmente ser distribuidor exclusivo de Muge, una de las mejores marcas de carne en Argentina. «El dueño de Muge creció junto a un padre carnicero. Tuve la suerte de conocerlo y de compartir la misma filosofía. Amamos este negocio. Vittory Meats está comenzando un mercado. Vamos a ser líderes», puntualiza.







Hechas a mano

Lamartrade Perú no solo trae vinos de diversas partes del mundo, sino también aperitivos como Nat Crackers, los cuales se caracterizan por ser elaborados de manera artesanal con ingredientes saludables. Aquí te contamos más sobre esta alternativa que puede acompañar tus momentos preferidos.

Las tostadas Nat Crackers son un producto artesanal creado por dos primas, Ignacia y Paula. El sueño original de las fundadoras era desarrollar un producto propio que destacara por su calidad y que pudiera marcar una diferencia, tanto en lo saludable como en lo gourmet. Su emprendimiento surgió de la búsqueda de una tostada saludable, deliciosa y diferente, que pudiera acompañar quesos, ensaladas, mariscos y dips. El desarrollo de la receta tomó tiempo, ya que ambas investigaron y probaron distintas combinaciones hasta encontrar la mezcla ideal de ingredientes naturales y saludables.

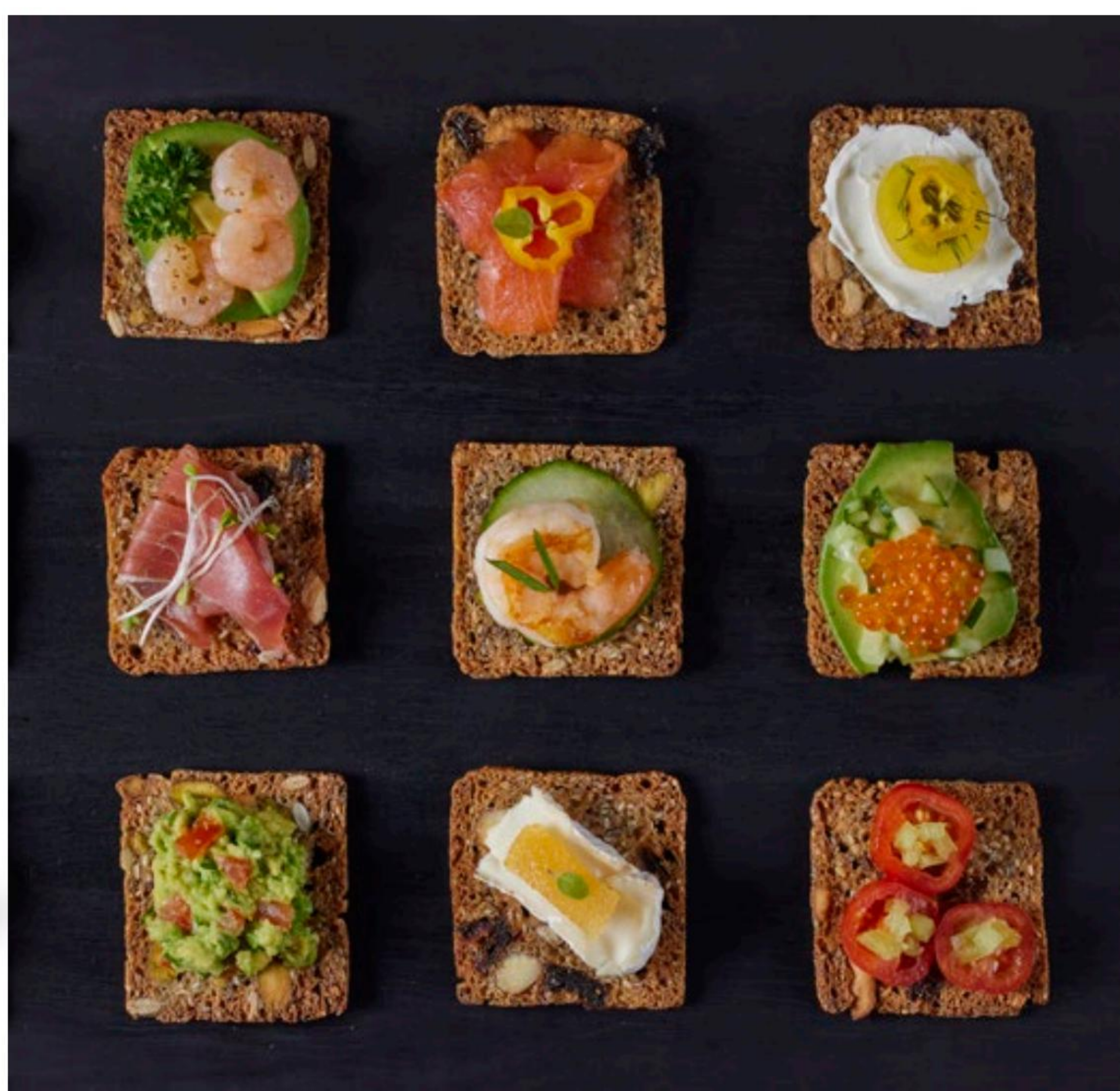
Cada tostada es elaborada artesanalmente, lo que garantiza una calidad superior y un sabor único. Utilizan frutos secos, semillas y frutas deshidratadas de alta calidad bajo un proceso de doble horneado que les da una textura crujiente. No contiene alditos, endulzantes artificiales, jarabe de maíz, grasas trans, aditivos químicos, preservantes ni saborizantes artificiales. Además, tiene 0% azúcar añadida, es alto en vitaminas y proteínas; así como bajo en calorías y sodio.





Si deseas explorar su variedad, cuentan con diversas presentaciones como Nat Crackers con Cranberry y Nuez, Nat Crackers con Pistacho y Romero, Nat Crackers con Dátiles y Almen- dras y Nat Crackers con Cajú, Pasas y Jengibre. Su portafolio también incluye los Wafer Crackers que son unas Galletas Obleas de sabor Original, Rome- ro y Pimienta. Cada una según tus preferencias, el momento o el acompañamiento gastronómi- co. La marca Nat Crackers ha lo- grado expandirse fuera de Chile, llegando a mercados de países como Perú, Brasil, Costa Rica, Guatemala y Estados Unidos, consolidándose como un snack gourmet y saludable.

Su presencia digital se ha ido consolidando gracias a una es- trategia en conjunto con influen- cers y degustaciones, lo que les ha permitido que la cantidad de seguidores haya crecido expo- nencialmente. Los encuentras en @natcrackersperu vía Insta- gram. Uno de sus puntos de ven- ta en Perú es Bodega Mar y Tie- rra (Av. Dos de Mayo 1470, San Isidro y en Av. Mariscal La Mar 394, Miraflores) por Lamartrade Peru, su importadora exclusi- va. Además, los encuentras en Wong, Metro, Plaza Vea, Vivan- da y Tottus. Los Wafer Crackers están próximos a llegar.





Eventos sostenibles: redefiniendo el impacto

Por Rosa Bonilla*

La sostenibilidad ya no es solo una tendencia; es una necesidad en la organización de eventos. Desde ferias gastronómicas hasta congresos empresariales, cada decisión cuenta para minimizar el impacto ambiental. Uno de los modelos más innovadores en este ámbito es el Total Waste Recovery, aplicado por Scrapcycle Perú, que garantiza que los residuos generados en eventos sean reintegrados en una nueva cadena de valor. Bajo este enfoque, los residuos orgánicos se transforman en compost para la agricultura, mientras que materiales como plástico y aluminio se reciclan con total trazabilidad.

Más allá de la gastronomía

Los eventos gastronómicos sostenibles ya incluyen menús que minimizan desperdicios y el uso de ingredientes locales. Sin embargo, la sostenibilidad se extiende a eventos corporativos, con-

ciertos y festivales que adoptan sistemas de reutilización y eliminación de plásticos de un solo uso.

Scrapcycle Perú ha trabajado en iniciativas donde los residuos no solo se gestionan, sino que se convierten en recursos valiosos. Este modelo permite que los eventos, sean gastronómicos o no, generen un impacto positivo y formen parte de una economía circular.

El futuro de los eventos no solo se mide en experiencias, sino en el legado que dejan. La sostenibilidad ya no es una opción, sino la clave para transformar la industria.



Especialista en desarrollo sostenible
@catadonacata



CABALLO LOCO

CHILE

EDICIÓN N°21

“29 añadas, en un ensamblaje imposible de replicar”



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Obra de

El nuevo restaurante de Novotel San Isidro es una experiencia sensorial y estética, que fusiona alta cocina, coctelería de autor y diseño en un solo espacio. Esto es Lienzo.



arte



Lienzo: tela preparada para pintar sobre ella. Así es el nuevo restaurante de Novotel Lima San Isidro, un cuadro en blanco donde el hotel y la chef ejecutiva Diana Ballén redefinen la gastronomía en hoteles urbanos, fusionando arte, diseño y sabor en una propuesta sofisticada y sensorial. En Lienzo, cada plato es una obra que se pinta con fuego, se esculpe con sabor y se revela con elegancia sobre la mesa. Inspirado en el arte contemporáneo y la estética de los sentidos, este nuevo espacio ha sido concebido como una galería viva, donde la cocina de autor, la coctelería de vanguardia y el diseño se entrelazan para brindar un viaje multisensorial único.



«Lienzo nace con la misión de ofrecer un recorrido de sabores donde cada detalle –desde la vajilla hasta los ingredientes– despierte e impacte todos los sentidos. No solo buscamos alimentar, sino conmover y que cada visita sea un ritual estético», señala Janeth Flores, gerente general de Novotel Lima. Diana Ballén, chef ejecutiva, que ha trabajado en diversos restaurantes de los hoteles del grupo Accor como Pullman San Isidro y Costanero MGallery en Montevideo, describe: «Así como en el arte, con Lienzo buscamos transmitir una emoción en cada plato. El concepto del restaurante es de cocina contemporánea, utilizando técnicas que remontan a platos de antaño, pero con presentaciones más modernas»

Una carta que pinta sabores, texturas y emociones. La propuesta culinaria de Lienzo es tan versátil como refinada, con platos diseñados para diferentes momentos. Cada sección de la carta está pensada para evocar emociones, sorprender con contrastes y celebrar la belleza en lo inesperado.

- Tapeo: Croquetas de autor, sliders, causas, charcutería y tapeo español que invitan a compartir.
- Entradas frías: Ceviches, tartares, carpaccios y reinterpretaciones de makis con presentaciones de alto impacto visual.
- Platos de fondo: Arroz meloso de mariscos, lomo saltado,

cochinito atamalado, pesca al grill y pastas artesanales, incluyendo opciones vegetarianas gourmet.

- Ensaladas y bowls: Opciones frescas como poke bowls, ensaladas con hummus o falafel, diseñadas para el bienestar.
- Sándwiches y brunch: Alternativas creativas como el de roast beef, club, pejerrey o caprese veggie.
- Postres: Un dulce cierre con eclairs de limón, tiramisú deconstruido, volcán de chocolate, cheesecake y crema volteada.

Las bebidas de Lienzo también son parte del arte. La carta de coctelería de autor combina ingredientes como shrubs de tuna, camu camu, hibiscus y cordiales artesanales, en propuestas que narran historias a través de aromas y colores. Para quienes buscan bienestar, los mocktails funcionales –a base de maracuyá, menta, jengibre y otros superalimentos– ofrecen una alternativa saludable y vibrante. La oferta se completa con una cuidada selección de vinos y espumantes de Argentina, Chile, España e Italia.

Siguiendo las políticas de Accor, líder global en hospitalidad, Lienzo busca ser un establecimiento zero waste, donde toda la merma de los alimentos sea reutilizable. Además, no utilizan plástico en la cocina. Visítalos en Av. Victor Andrés Belaunde 198, San Isidro y despierta tu instinto culinario más creativo.



El alma de los andes

Por Silvia de Tomás

DEL 26 OCT AL 2 NOV

2025
Huaraz



¿Sabías que desde hace once años se organiza en Perú la Copa Latinoamericana de Cervezas Artesanales? Esta competencia, nacida con el sueño de reconocer la excelencia, la constancia y la pasión de quienes elaboran las mejores cervezas del continente, ha recorrido ciudades como Cusco, Arequipa y Lima. Este 2025, la historia continúa en Huaraz, una ciudad rodeada de nevados y lagunas que recibirá a maestr@s cervecero@s, jueces y apasionados del mundo de los fermentados.

La Copa premia cervezas, crea comunidad y abre puertas. Reúne a más de 60 jueces internacionales cada año, referentes del sector cervecero y sensorial, que llegan a Perú para conocer nuestras cervezas, conectarse con nuestra cultura y descubrir el talento de Latinoamérica. Nombres como John Palmer, Pete Slosberg, Richard Dubé y Cilene Saorin han compartido escenario en el congreso cervecero, aportando conocimientos sobre tecnología, fermentaciones de bajo alcohol, tendencias y procesos innovadores.

Este año, por primera vez, la Copa amplía sus categorías para integrar otras bebidas fermentadas como la kombucha, la sidra y la hidromiel. En un mundo donde los consumidores valoran cada vez más las propuestas naturales, funcionales y diversas, la Copa se posiciona como el punto de encuentro más importante de bebidas fermentadas de calidad en la región. La cerveza lidera este movimiento y da la bienvenida a sus parientes más silvestres y experimentales. Con una población de más de 32 millones de personas, Perú cuenta con aproximadamente 200 cervecerías artesanales, lo que representa un gran potencial para seguir difundiendo la cultura cervecera. Este encuentro se convierte en una plataforma donde se educa, se conecta y se inspira a seguir creando.

La descentralización ha sido clave para llevar la industria a nuevos públicos. En esta edición, cervecerías anfitrionas como Sierra Andina y Ucucha abrirán sus puertas a visitantes que también tendrán la oportunidad de explorar las maravillas naturales de la región, como la Laguna 69 y la Laguna Parón, en un entorno que invita a la contemplación y la celebración. La cerveza, como expresión sensorial y cultural, encuentra su lugar junto a la gastronomía. Cocineros de renombre como Héctor Solís, José del Castillo y Javier Vargas han participado en ediciones anteriores para explorar, junto al mundo cervecero, nuevas formas de crear experiencias memorables a través de aromas, sabores y texturas. Este cruce de caminos revela que también se cocina desde lo líquido, y que la cerveza puede emocionar tanto como un gran plato.

La convocatoria está abierta a cervecerías profesionales, cerveceros caseros y productores de sidra, kombucha e hidromiel. Cada categoría será evaluada con criterios rigurosos, considerando el dominio técnico, la limpieza sensorial, el balance, la fidelidad al estilo y la innovación. La inclusión de bebidas fermentadas sin alcohol, bajas en carbohidratos y de bajo contenido alcohólico responde a una tendencia global que apuesta por el sabor, la identidad y el bienestar.

Durante los días 31 de octubre, 01 y 02 de noviembre, Huaraz será escenario de una experiencia integral para los amantes de la cerveza y los fermentados. El Congreso Cervecero reunirá a líderes internacionales con presentaciones técnicas, catas guiadas y espacios de formación sensorial. En paralelo, la feria EXPO LATAM permitirá el encuentro entre cerveceros y proveedores especializados en insumos, equipos y servicios clave para la producción de bebidas fermentadas. Como cierre de esta vivencia colectiva, el Festival Cervecero reunirá exclusivamente a cervecerías peruanas, presentando una amplia diversidad de estilos y propuestas que reflejan la identidad y creatividad de nuestro país, acompañadas de gastronomía local, música en vivo y el entorno natural de los Andes como telón de fondo.

La Copa Latinoamericana de Cervezas Artesanales es una organización sin fines de lucro, impulsada por el gremio cervecero peruano que busca, al igual que la gastronomía nacional, compartir con el mundo el talento, la creatividad y la riqueza que se cultivan en estas tierras. Se entregarán medallas de oro, plata y bronce, así como el reconocimiento a la Mejor Cervecería del Año, distinciones que fortalecen la reputación de los productores y los proyectan hacia nuevas oportunidades dentro y fuera de la región. Si eres parte del mundo cervecero, si disfrutas lo que se crea con tiempo, técnica y alma, te invitamos a sumarte a esta gran revolución cervecera latinoamericana que nace desde los Andes peruanos. Octubre será una celebración con sabor a altura, identidad y futuro.



Jueza de Cervezas Nacional
acreditada por BJCP
@silviadetomas

Importado y distribuido por
L.C. GROUP S.A.C.

Luigi Bosca

DE SANGRE



VINOS QUE EXPRESAN LA ESENCIA DE
NUESTRA PASIÓN

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

LIVERPOOL

Tributo a The Beatles



El único restobar que rinde culto a The Beatles en Perú es Liverpool. Este restaurante miraflorentino te remonta a la época dorada del rock junto a una propuesta gastronómica y coctelera atractiva, que tiene al pisco Intipalka como protagonista.

Escribe: Valeria Burga / Fotos: Fiorella Gomez



En Miraflores (Av. Grau 192) se encuentra, con seguridad, el único restobar que rinde culto a The Beatles, los cuatro grandes de Liverpool. Una agrupación que se ganó el corazón de generaciones de antaño como también de las contemporáneas. Aquí, los amantes de sus líricas, encuentran un espacio para disfrutar de su le-



gado junto a una propuesta gastronómica variada.

Liverpool ofrece a cada comensal una experiencia inmersiva a la época dorada del rock a través de una cuidada ambientación retro, decoración icónica y una atmósfera vibrante que celebra la música, el arte y la cultura de los años 60s y 70s. Con 12 años en el mercado, cuenta con una amplia variedad de coctelería y gastronomía, todo inspirado en los cuatro personajes y en cada una de sus canciones. En ambos pisos se realizan distintos eventos de música en vivo, noches de DJ, karaoke, buffet, privados y más.



Lo interesante de su carta gastronómica es la fusión peruana e internacional. Iniciamos con All You Need Is Love, incluida en la sección Al Carbón, que se compone de panceta con BBQ tropical, papas rústicas crocantes y ensalada. Uno de los platos nuevos es Michelle, crujiente enrollado de pollo relleno de queso edam, jamón y champiñones. Va acompañado de papas a la crema. En la sección Bonus Track se encuentra I Feel Fine, una porción de makis de causa con langostinos al panko, queso crema, palta, sashimi de pescado y mayonesa acevichada.

Liverpool también ha sumado una carta de autor que, por obvias razones, va inspirada en los cantantes de la agrupación. Son cuatro en total, llevando el nombre de John Lenon (gin sour apple, crema de menta, jarabe de goma); Paul McCartney (vodka, curacao azul, limón, jarabe de goma, agua gasificada); Ringo Star (ron blanco, granadina, jarabe de goma, leche, jugo de piña) y George Harrison, el que probamos en nuestra visita. Este es muy especial porque se compone de pisco quebranta Intipalka, nuestro destilado bandera. Se acompaña de un macerado de frutos rojos (fresa, frambuesa, arándanos), licor de blackberry, jarabe de goma y fresas enteras para darle cremosidad y el punto frozen que necesita.



En esta temporada, los calientitos toman protagonismo. Liverpool sorprende por su amplia variedad de 16 calientitos (macerados de pisco) que ofrecen. Todo lo preparan en el local, usando pisco quebranta Intipalka y no una variedad aromática. Ello a fin de no perder el sabor de las frutas, especias y

hierbas que son los protagonistas. Probamos el de eucalipto, así como el de canela y naranja. Los recomendamos si es que vienes por aquí. Atienden de lunes a domingo desde las 12:00 pm. Además, su oferta de vinos presenta muchas etiquetas locales de diversas regiones. Vale la pena darse una vuelta.

El pisco otra



Pisco desde perspectiva

Arequipa también hace buen pisco. De este terroir nace Casta de León, piscos que cautivan por ser aromáticos y sumamente artesanales.

El Socabón es una bodega arequipeña que nació en 1557. Es parte de la historia del pisco en Perú y sigue vigente con su línea Casta de León, actualmente distribuida por Bodegas Selectas de José Antonio Gonzalez. Lo particular es que aún utilizan el agar para realizar la fermentación de los mostos, mientras que el resto de marcas ya se han vinculado a lo industrial con tanques de acero inoxidable. Estos matices han logrado un pisco excepcional, que ya se encuentra en los mejores restaurantes y bares de Lima, dándole otra óptica al consumo de nuestro destilado de bandera. Esta entrevista con Anyela Chavez nos abre el panorama sobre los piscos que elabora al sur del país.

¿Cuál es la historia de El Socabón y su producción de pisco?

Empezó mi abuelo. Yo soy la tercera generación de la familia. En 1980 empezaron a tra-



bajar en Caravelí y por cuestiones de distancia se mudaron al Valle de Vítor, un valle vitivinícola que pertenecía a la familia Valencia. Empezaron a hacer pisco como negocio familiar. Trabajaban mi abuelo, mi papá y mi tío. Dedicué mi carrera a trabajar en el negocio. Soy ingeniera química y mi objetivo es dirigir y mantener la marca.

¿Por qué lo llaman Casta de León?

Precisamente por Arequipa. El pisco viene de una casta, algo que es único. León por el sur, donde nos ubicamos.

¿Qué caracteriza al terroir del Valle de Vítor?

Es el primer valle vitivinícola de América del Sur. Las condicio-

nes climatológicas se dan muy bien para la producción de uva. Es caluroso en el verano y el invierno no es tan frío. Por eso es que las uvas llegan a un grado de dulzor un poco más elevado. El trabajo de corte y cola es manual. Mi esposo lo hace probando cada mosto.

¿Cuántas botellas producen por año?

No es una producción masiva. Aproximadamente son 5 mil litros de cada variedad. A veces, algunos litros de piscos específicos que se produjeron y tenían características únicas, son destinados a guarda. Por eso tenemos ediciones limitadas.

¿Qué uvas pisqueras trabajan?

Quebranta, Italia y nuestro acholado que es una mezcla de ambas.



¿Te gustaría trabajar con otras variedades?

Definitivamente debemos ampliar nuestra gama de piscos. Ahora que José Antonio está ingresando al mercado limeño, nos hemos dado cuenta que el paladar es totalmente distinto al del sur. Por eso estamos trabajando desde ahora en Negra Criolla y Moscatel.

¿Qué opinas del uso que se les está dando a tus piscos en la coctelería?

Quebranta es el que mejor se adapta porque resulta más neutro en cuestión de aroma. Por otro lado, trabajar un Italia requiere de combinarlo con ciertas

frutas para que exista equilibrio.

¿De qué se componen tus piscos de edición limitada?

Tenemos El Patriota compuesto por cinco uvas: Italia, Mollar, Moscatel, Negra Criolla y Torontel. Me llegaron todas esas variedades y se procesaron juntas. Es único.

¿Tienes pensado incursionar en una línea de mosto verde o deseas mantener a Casta de León como una línea de puros?

Existe cierto fanatismo por el mosto verde. En realidad, simplemente se corta la fermentación para dejar un poco de grado dulce y se pasa a destilación. Es más costoso porque se están

perdiendo azúcares al convertirlos en alcohol. Desde mi punto de vista, ese proceso no es considerado como exclusivo. Por eso no lo hago.

¿Cómo percibes el crecimiento del consumo de pisco arequipeño en Lima?

Nuestros piscos son totalmente distintos. El público limeño está empezando a cambiar los parámetros del pisco iqueño al que se han acostumbrado. Veo que comienzan a entender que el grado alcohólico de un pisco del sur es más fuerte y que se obtiene un destilado más aromático. El objetivo es ese, que se empiece a comprender y desmarcar.





Los piscos de Yanquiza

Desde 1930, la familia Hernández se ha dedicado a la producción de pisco artesanal. Don Jesús maneja todo el proceso: desde la cosecha hasta el embotellado. Hoy, sus hijos han tomado la posta del proyecto para llevar Yanquiza a cada amante del buen pisco.

Escribe: Valeria Burga / Fotos: Cristhian Cisneros / Locación: Hidden Experimental Bar

Con un mercado abarrotado de pisco, es difícil encontrar uno que sorprenda, pero que sobre todas las cosas sea de buena calidad. Por este ángulo se perfila Yanquiza Pisco, en honor al caserío de Yanquiza en la provincia de Ica de donde proviene. Su maestro destilador y productor es Don Jesús, quien ha dedicado toda su vida a estudiar a profundidad el destilado de bandera. Quedan pocas personas como Jesús Hernández en la industria. No solo hace buen pisco, sino que supervisa todo el proceso desde las plantas de uva hasta la botella. Viene cultivando las cinco uvas pisqueras permitidas en esta denominación de origen, y ya está trabajando en Negra Criolla y Mollar.





Pero su trabajo empezó muchas décadas atrás con su abuelo, quien vivió en Yanquiza. Su madre le dejó la posición en la bodega, donde compró un terreno adyacente y empezó a tomarle la posta con sus propios piscos. Nadie conoce esta zona como él. «Yanquiza es única. Por aquí la gente toma mucho pisco. De hecho, hay bastante competencia. Manejo todas las variedades de uva pisquera. Soy productor, mas no vendedor. Entonces, llegó el momento en el que mis hijos tomen la batuta en la venta. He retomado los concursos pisqueros gracias al impulso de mi hija Giuliana y mi yerno Wayne. Él presentó el pisco Quebranta en Nueva York, donde sacamos

medalla de plata. Hoy, es quien dirige todo el marketing de Yanquiza Pisco», menciona.

«Estaba familiarizado con el pisco antes de conocer a Giuliana», nos cuenta Wayne. «Me encanta lo que hace Don Jesús. Llegó un punto en el que teníamos que involucrarnos. Él cuida la planta y su producción, sin embargo, nosotros tenemos las herramientas de convertir a Yanquiza en un gran proyecto. Nos hemos aliado con una agencia de branding para crear un nuevo diseño inspirado en una filosofía de uva de los paisajes de Perú, tales como Huacachina, Sacsayhuaman, Machu Picchu, La Montaña de Siete Colores, entre otros», señala.

Yanquiza tiene un Quebranta bastante aterciopelado, muy elegante, con notas aromáticas pronunciadas de lo que estamos acostumbrados a probar en esta variedad. Interesante y directo. Persiste mucho tiempo en boca.



Tiene lo que un buen Quebranta necesita, pero con una sutileza que lo desmarca. Los frutos secos se equilibran, está la manzana verde típica y el caramelo que acompaña. «Italia de Ica es especial. No lo van a encontrar en ningún otro sitio, pues el suelo es ideal para plantar esta variedad», dice Jesús. En este pisco percibimos una carga de frutas dulces, flores y algunas cítricas. Es un Italia extraordinario. Por el contrario, encontramos mineralidad y capas de evolución mientras pasan los minutos. Eso lo hace un pisco para apreciar».

El siguiente paso de Yanquiza es su línea de reservados, así como desarrollar algunos vinos a mayor escala. Don Jesús elabora vinos dulces, semiseccos y secos; y en proyecto de un vino fortificado, que aún no se ha lanzado al mercado. Esperamos que pronto dé el anuncio. «Yanquiza Pisco ha encontrado su lugar en esta tierra iqueña. Cada parcela de sus viñedos de Ocucaje es única», culmina.



Arte y Vino

SINERGIA CREATIVA

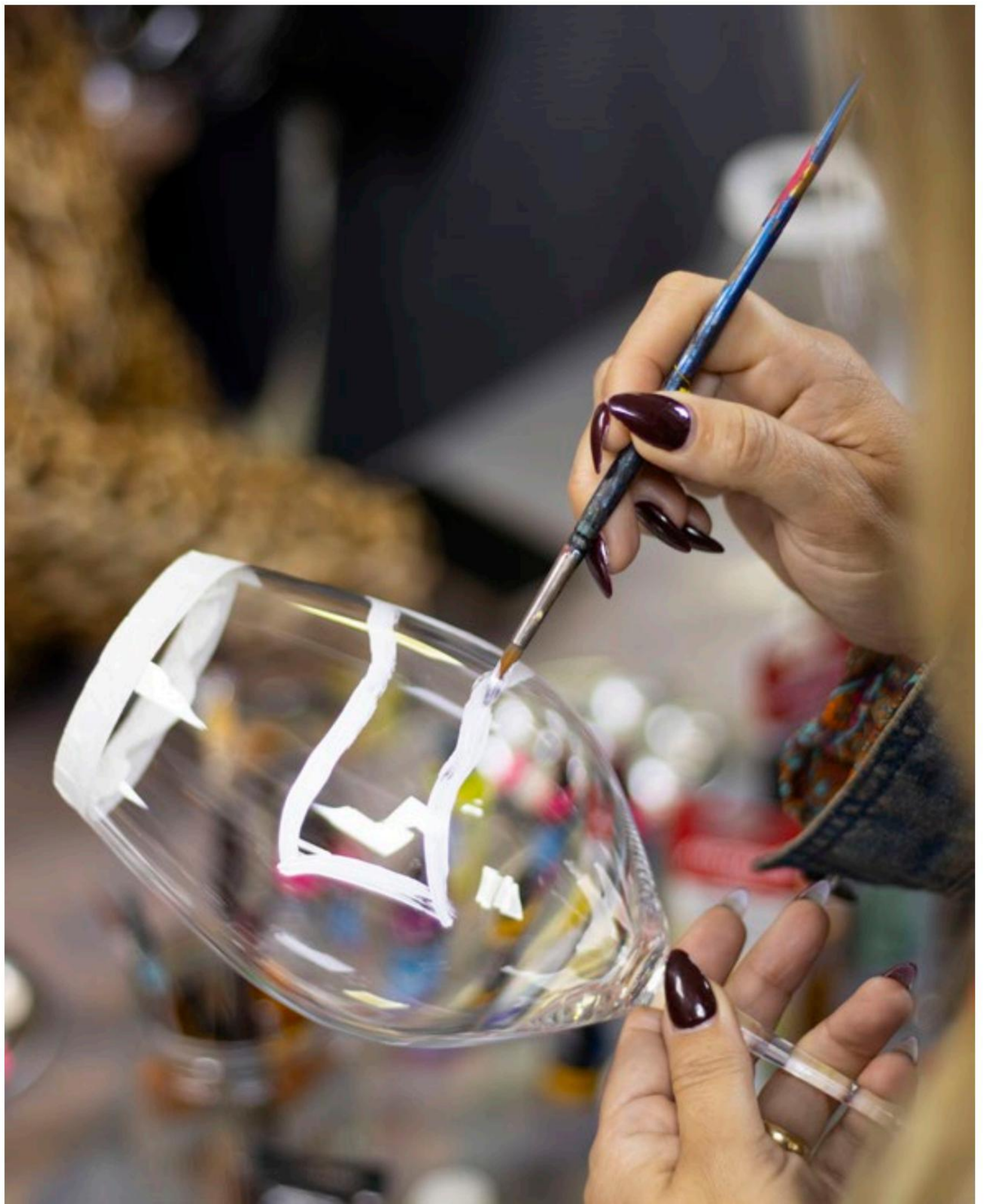
Artista visual y amante del vino. Tuvimos la visita de Paola Puliafito, quien llegó desde Argentina para cautivar con su maestría en la intervención de copas.

Escribe: Valeria Burga / Fotos: Cristhian Cisneros

Artista visual, mendocina y apasionada por el vino. Así es Paola Puliafito, quien llegó desde Argentina para emocionar con su arte, pintando copas, barricas y lienzos en vivo, con el vino como pigmento y con el alma como pincel. Su presencia en Perú fue parte de una gira internacional que la llevó a compartir escenario con referentes como Ernesto Catena y Romovi, llevando su arte sensorial a nuevas latitudes.

Cuéntanos tu historia en el mundo artístico. ¿Cómo te diste cuenta que querías dedicarte a ello?

Desde niña sentí fascinación por el color. Mi mamá me inscribió en un taller de pintura y desde entonces es que pinto. Estudié







diseño gráfico, pero fue la pintura la que me atrapó. Empecé en el garaje de mi casa, dando clases y creando. Mis primeras obras se vendieron en exposiciones en Buenos Aires y desde entonces no paré. Hoy mi taller en Mendoza es un espacio vivo de creación, donde nacen piezas que luego viajan a bodegas, hoteles y ferias internacionales.

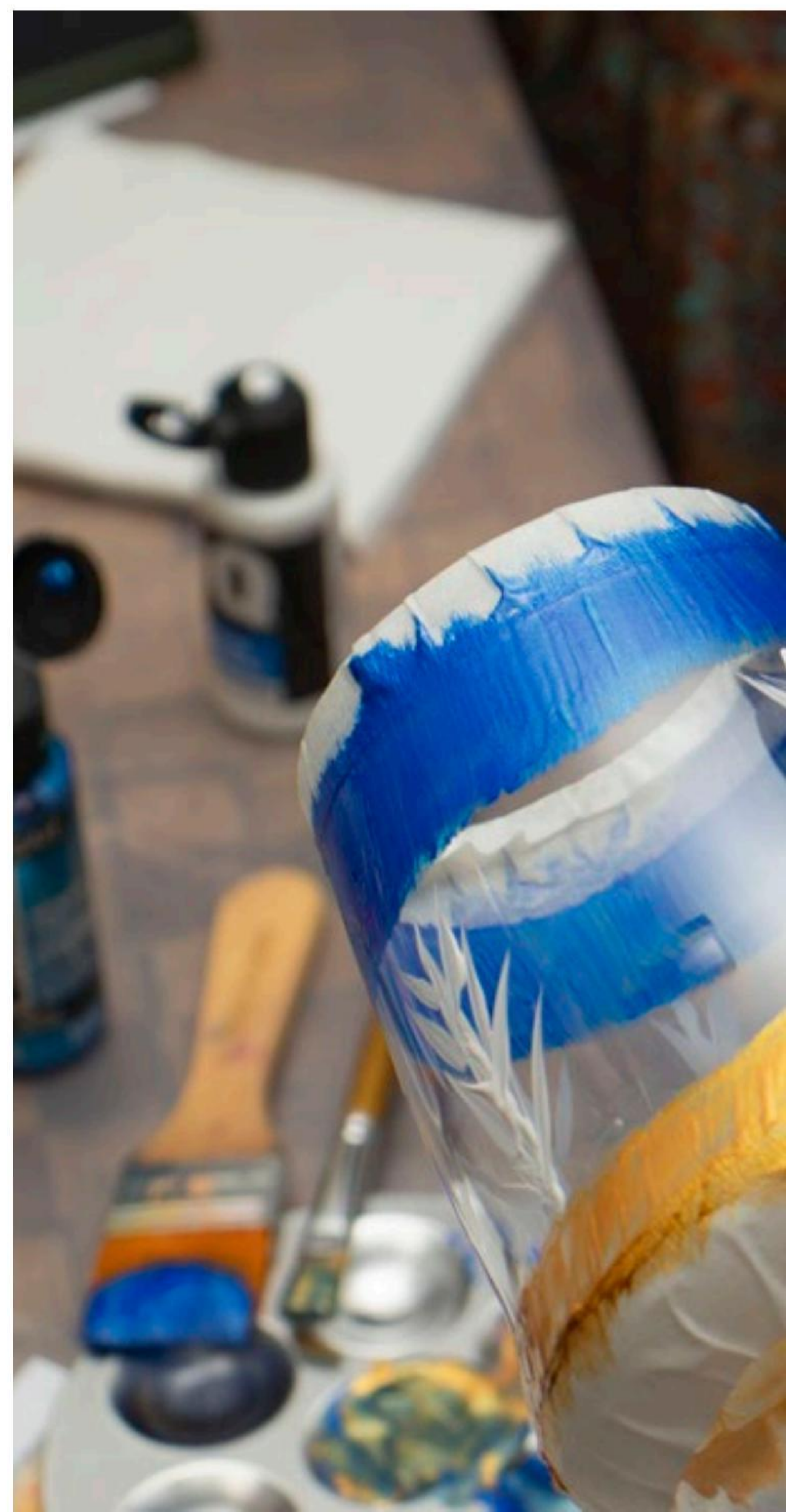
¿Qué te llevó a exponer tu arte en las bodegas de vino?

Siempre supe que el arte y el vino hablan un idioma en común: el de los sentidos. Al principio cargaba mis cuadros en el auto y los mostraba personalmente a bodegas. Después fui convocada a exponer, y hoy trabajo con múltiples bodegas: Trapiche, Cruzat, Agostino, Foster Lorca, Giménez

Riili, Durigutti, Altieri, entre otras. A su vez, mis obras se encuentran en los principales Hoteles y Resort del país (Hilton, Wyndham, etc.). Transformo el recorrido del turista en una vivencia emocional y estética.

¿Por qué te dedicaste a pintar e intervenir copas y no otro elemento ligado al vino?

La copa es el recipiente del alma del vino. Cada una tiene personalidad. Durante la pandemia, entendí que todos somos vasijas: contenemos energía y emociones. Estudio la psicología del color y utilizo cada tonalidad con intención. Pinto con vino, con acrílicos y con intuición. Cada copa es una pieza única, coleccionable, energéticamente creada para quien la recibe.



¿Qué hay de las vírgenes en tu obra?

Mi madre me transmitió una fuerte devoción a la Virgen de Guadalupe. En mi obra, esa espiritualidad se mezcla con lo visual. Me han dicho que mis vírgenes son 'electrónicas', llenas de color, poder y feminidad. Creo en la fuerza simbólica de lo femenino y en la fertilidad creativa. El misticismo en torno a su figura también está relacionado con el vino, que representa la energía sagrada de la tierra.

¿Por qué decidiste desarrollar el concepto Wine & Art?

Porque el vino es arte líquido. Cuando conocí a Alejandro Kuschnaroff, enólogo de Ernesto Catena Vineyards (Alma Negra), entendimos que compartimos



una mirada artística del vino. Las etiquetas de sus vinos son obras, y sus vinos narran emociones. Colaboramos para crear experiencias que unan nuestros lenguajes: el de la vitivinicultura y el de la expresión visual. Pintamos para contar lo que no puede decirse con palabras.

¿Qué te llevas de tu experiencia en Perú?

Me llevo el respeto, la calidez, la conexión. Perú me recibió con amor y me permitió mostrar mi obra en un entorno mágico. Pin-

té en vivo, compartí con coleccionistas, amantes del vino y artistas locales. Feliz y agradecida con Robby Montenegro y Concepto Placer por esta oportunidad. Me fui cargada de energía y con la certeza de que el arte une territorios. Hoy más que nunca quiero seguir viajando con mi obra y representar a Mendoza como un faro creativo del vino y la cultura.

Contacto: (+549) 261 540 9393

Instagram:

@paolapulafito_artista_visual

Noches de cata con pisco

Por Livio Pastorino Wagner*

Cuando el historiador Lorenzo Huertas me habló de los 'mojoneros' del siglo XVI, expertos en catar vinos y aguardientes, me transporté a mi infancia en Lima. Recordé los viajes de vacaciones con mis padres y hermanos, cuando preguntábamos por esos 'mojones' en la carretera —los postes con números— y nos reíamos diciendo: ¡Tú eres el mojón! Buenos recuerdos que, años después, cobraron un nuevo significado al descubrir que aquellos mojoneros eran los guardianes de la calidad del pisco y el vino en el virreinato.

En su libro *Cronología de la Producción del Vino y del Pisco en el Perú 1548–2010*, Lorenzo Huertas explica que los mojoneros, o 'curiosos' del vino, evaluaban la calidad en cada ciudad del virreinato. Eduardo Dargent, en *Vino y Pisco en la Historia del Perú* (2013), detalla que en 1567 el Cabildo de Lima nombró a Sebastián Ruyz como mojonero para catar vinos y garantizar su calidad, y en 1578 se tomaron medidas contra la venta de 'vino ruin' en tabernas, evidenciando la relevancia de estos catadores en el comercio virreinal. En 1595, el virrey García Hurtado de Mendoza creó el primer reglamento de cata, ratificado en 1603 por Luis de Velasco, que exigía copas de vidrio claro para verificar que el vino no estuviera mezclado o 'tocado'.

En los años ochenta trabajé en un proyecto de espárragos en la pampa de Villacurí, del cual asumí la gestión en 1992. Allí cultivábamos espárragos y sembré uva Quebranta, elaborando pisco en una bodega en Guadalupe, distrito de Salas, hasta el 2000. Esos años me marcaron, pero fue en 2007 cuando, junto al recordado Walter Espinoza, intentábamos vender publicidad para la web elpiscoesdelperu.com al Instituto del Vino y del Pisco (IDVIP) de la Universidad de San Martín de Porres. La directora, Soledad Marroquín, nos desafió: 'Mitad beca para el curso de Especialista y Catador de Pisco, mitad publicidad... pero tienen que estudiar'. Así comenzó mi aventura como catador.

En Noches de Cata, dos martes al mes a las 20:00 nos reunimos para catas ciegas, con muestras empaquetadas y sin marcas visibles. Un asistente las sirve en copas AF-NOR, sobre un mantel blanco y bajo buena luz. Evaluamos vista, aromas y sabores con un estándar internacional que garantiza calificaciones justas. Al principio, usábamos

términos como 'aromas indeseados' para defectos, pero aprendimos a ser más precisos, respetando a los productores.

Cada cata termina con la emoción de descubrir las botellas. Publicamos los resultados en el blog, con detalles como el nombre del productor, el tipo de pisco, la variedad de uva y el precio, acompañados de fotos de las botellas, el equipo y los postres que compartimos. Aunque Noches de Cata nació de una pasión compartida, el libro de Lorenzo Huertas, publicado años después, nos reveló el legado histórico de los mojoneros, inspirando la creación de la Asociación Peruana de Catadores (ASPERCAT) en 2015, de la que soy miembro fundador y que busca profesionalizar la cata en Perú.

Inicialmente, trabajábamos con una ficha propia, puntuando de 1 a 100. En 2009, adoptamos el esquema de apreciación de la Organización Internacional de la Viña y del Vino (OIV). En 2012, este sistema fue incorporado a los concursos nacionales, regionales y distritales de pisco, bajo la presidencia de Jaime Marimón Pizarro en el CRDO-Pisco. Gracias a la gestión del recordado productor Guillermo Payet, estos concursos obtuvieron el patrocinio de la OIV y, desde entonces, figuran en su sitio web oficial. El manejo de la ficha OIV nos permitió participar en concursos internacionales de bebidas espirituosas, fortaleciendo el prestigio del pisco peruano.

Noches de Cata no es solo un ritual; es un puente entre el pasado y el presente del pisco. Como los mojoneros de 1567, buscamos la excelencia en cada copa, apoyando a productores y celebrando el patrimonio peruano. Visita nochesdecata.blogspot.com o busca Noches de Cata con Pisco en Google con la marca o variedad que te interesa. ¡Únete a nuestra pasión y brinda con responsabilidad!



Catador profesional, sommelier y parte de Noches de Cata con Pisco
www.liviopastorino.com
 @elmagozurdo

Importado y distribuido por
L.C. GROUP S.A.C.

Des
coR
Cha
dos
2025



J
U
D
A
S

JUDAS MALBEC

*Una ilusión familiar fue elaborar esta partida
limitada para consumo exclusivo. Un
miembro de la familia, decidió compartirlo
con terceros.*

SOTTANO

T O M A R B E B I D A S A L C O H Ó L I C A S E N E X C E S O E S D A Ñ I N O

Importado y
distribuido por
L.C. GROUP S.A.C.

RON CENTENARIO.[®]

EL RON DE COSTA RICA



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



Esta REVISTA fue DESCARGADA de JAROCHOS. Puedes
accesar a nuestro GRUPO PRINCIPAL en TELEGRAM a través
del Grupo de paso

@PurgatorioJarocho
<https://t.me/purgatoriojarocho>

En Jarocho NO promovemos ni incentivamos el uso inadecuado de autoría intelectual, solo compartimos material que ya se encuentra en Internet con una simple búsqueda en cualquier buscador o en sitios como PDFMagazine, WordlMagz, etc.
Si piensas que se están socavando tus derechos de autor mándanos un mensaje (con previa identificación como portador de los derechos sobre el material reclamado) solicitando la retirada del material.